

effective Advertising is communication
Marketing is destination

ADCOM

MAY 2015

MAY
2015

Price: ₹ 50/-



Dr. Anil Kumar



Dr. Anand Kumar
 Director, Institute of Education,
 Singapore

ഓർമ്മയുടെ തിരയിളക്കത്തിൽ പോഷി

ഷാലോ ബാങ്കിംഗ് | ഓൺലൈൻ അഡ്വർടൈസിംഗ് | സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് | കരിയർ ഗൈഡൻസ്

ലോകമന്വേഷിക്കുന്ന സേവനങ്ങൾ നിങ്ങളുടേതാകാം

സൗജന്യം സമഗ്രം

10 ലക്ഷത്തിൽപ്പരം സന്ദർശകർ
2.5 ലക്ഷം സേവനങ്ങൾ

അന്വേഷണങ്ങൾ
വിരൽത്തുമ്പിൽ

1500 വിഭാഗങ്ങളായി സേവനങ്ങളും
/ സ്മാപനങ്ങളും

ലോഗോ, ഫോട്ടോ, ഇ-ബ്രോഷർ
എന്നിവ അപ്ലോഡ് ചെയ്യൂ...

സ്മാപനത്തിന്റേയോ സേവനത്തിന്റേയോ വിവരങ്ങൾ നൽകു സൗജന്യമായി

പ്രീമിയം പാക്കേജ്

അന്വേഷണങ്ങൾ

അനായാസം

Call

QuickKerala.com
Powered by manoramaonline.com

0481 2222222, 6452134

support@quickerkerala.com

നേടൂ മികച്ച റെസ്പോൺസ്

ആമുഖം

പരസ്യരംഗം ബഹുകോടി രൂപയുടെ ബിസിനസ്സാണ്. ഇതിന്റെ ആകർഷണ വലയത്തിൽപെടാത്തവർ ചുരുക്കം. ഒരു വിഭാഗം അഡാർടൈസിംഗ് പ്രഫഷണലുകളാണ്, മറ്റൊരു വിഭാഗം ഉപഭോക്താക്കളും. പരസ്യ മേഖലയുടെ മേൽമകൾ ആസ്വദിച്ചവരും ചതിക്കുഴികളിൽ ചാടിയവരുമുണ്ട്. ഏതൊരു ഇടപാടിലും അതീവ ശ്രദ്ധ ആവശ്യമുള്ള മേഖല. മത്സര ബുദ്ധിയിൽ പലപ്പോഴും അപകടക്കണികൾ കാണാതെ പോയേക്കാം. ഒരു കടിഞ്ഞാണായി അറിവുകളെ കൂടെ കരുതുക. നല്ല വായന ഫലം ചെയ്യും.

ഓരോ ശ്രദ്ധേയമായ പരസ്യ സൃഷ്ടികളുടേയും സ്ഥാപനങ്ങളുടേയും പിന്നിൽ തീവ്രമായ ത്യാഗങ്ങളും കഷ്ടപ്പാടുകളും ഉണ്ട്. ഇത്തരം ത്യാഗങ്ങളിലൂടെ വിജയം വരിച്ച വ്യക്തികളെ ആഡ്കോം പരിചയപ്പെടുത്തുന്നു.

അവരുടെ അനുഭവങ്ങളും കാഴ്ചപ്പാടുകളും മറ്റുള്ളവർക്കും മാതൃകയും പ്രചോദനവുമാകുമെന്ന പ്രതീക്ഷയോടെ...

ചീഫ് എഡിറ്റർ



Chief Editor
Mathew K. Mulamoottil
Associate Editor
Batten Bose
Sub Editors
Jyothis Mary John
Divya Joseph

Advisory Board
Thekkinkadu Joseph
Dr. K.S. David, M.A, M.P.S.W.(TISS), Ph.D
Joshy George
Somie

Marketing Division
John Thomas
Vilsu Mathew
Illustration/Layout
Sreekuttan Rajeev
Sreeni Purackattu
Office Administration
Mini S. Nair

All rights reserved. Views exposed by the writers are not necessarily those of the effective publications or the editor or the publisher and they accept no responsibility for them. All objections, disputes, differences, claims & proceedings are subject to Kottayam jurisdiction.

Registered Office

Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001, Kerala, India

Ph: 08593 998705, e-mail: effectiveadcom@gmail.com



- 05 ഹാപ്പനിങ്സ്
- 07 സ്റ്റീവ് ജോബ്സ്
- 12 മൂന്നു പതിറ്റാണ്ടിന്റെ വിജയക്കുതിപ്പ്
ജെലീറ്റ പബ്ലിസിറ്റി
- 17 KERALA GOLD TRADE
Time for rationalization of VAT by the State Government
- 19 കരിയർ ഗൈഡൻസ്
പരസ്യരംഗത്തെ കരിയർ
- 22 സക്സസ്സ് പിരമിഡ്
സ്വരാജ് പോൾ പ്രഭു പ്രഭുവായ കഥ
- 24 ഷാരോ ബാക്കിങ്
- 27 അരങ്ങ്
- 28 CorelDRAW
- 30 ഗുഗ്ഗിൾ മാപ്സ് ബിസ്സിനസ് വ്യൂ
ഗുഗ്ഗിൾ കുടുംബത്തിൽ നിന്ന് ഒരാൾ കൂടി
- 31 നല്ലത് നമ്മൾ പരസ്യമാക്കണം
പോയിന്റ് ഓഫ് വ്യൂ
- 32 വിരൽ തുമ്പിൽ സുര്യനെ
ജ്വലിപ്പിച്ച പ്രതിഭ
- 35 FM RADIO

- 36 ഓർമ്മയുടെ തിരയിളക്കത്തിൽ പോപ്പി
- 38 പരസ്യത്തിന്റെ പുതുനിറമായി
ഓൺലൈൻ അഡ്വർട്ടൈസിങ്
- 40 തികൾ മുതൽ വെള്ളി വരെ
കണ്ണൻ താമരക്കുളം
- 42 ഫോബ്സ് മാഗസിൻ ഇന്ത്യയിലുമെത്തി
- 44 ലിസ്റ്റിൻ (ORIGIN)
- 46 കൈരളി-ഒരു ജനതയുടെ ആത്മാവിഷ്കാരം
ചാനലിന്റെ ചരിത്രം
- 48 STUDENT'S CORNER
- 50 കടലാസിന്റെ പിറവിയും വളർച്ചയും
- 52 കേരള കൗമുദി - നവോത്ഥാനത്തിന്റെ
നിലാവ്
- 54 NEW ARRIVALS
- 57 മോഡലിംഗ്
മോഡലിംഗ് രംഗത്തെ പുതുമുഖങ്ങൾ
- 58 COLUMNIST
പ്രശസ്ത കോപ്പി റൈറ്റർ സോമി എഴുതുന്നു

മലയാളികളുടെ സ്വീകരണമുറിയിലേക്കു നറുമണവുമായി ഫ്ളവേഴ്സ്



കൊച്ചി: കേരളത്തിന്റെ മണ്ണിൽ നറുമണം തുവി ഇൻസൈറ്റ് മീഡിയ സിറ്റിയുടെ നേതൃത്വത്തിൽ ഫ്ളവേഴ്സ് ചാനൽ മലയാളികളുടെ സ്വീകരണമുറിയിലേക്കെത്തുന്നു. ഏപ്രിൽ നാലിനു കൊച്ചി വില്ലിങ്ടൺ ഐലന്റിൽ താരനിബിഡമായ സദസ്സിനെ സാക്ഷിയാക്കി ഇന്ത്യയുടെ പ്രിയ ഗായിക ആശാ ബോസ്ലേ ഫ്ളവേഴ്സിന്റെ ഉദ്ഘാടന കർമ്മം നിർവ്വഹിച്ചു. ഉലകനായകൻ കമൽ ഹാസൻ, മമ്മൂട്ടി, മോഹൻലാൽ, ജയറാം, ദിലീപ്, റായ് ലക്ഷ്മി തുടങ്ങി തെന്നിന്ത്യയിൽ നിന്നും നിരവധി താരങ്ങളാണ് ഉദ്ഘാടന ചടങ്ങിനും തുടർന്നുള്ള താര നിശയ്ക്കും എത്തിയത്. ബിസിനസ്സ് രംഗത്തെ പ്രമുഖനായ ഗോകുലം ഗോപാലനാണ് ഫ്ളവേഴ്സ് ചാനലിന്റെ ചെയർമാൻ. മുതിർന്ന മാധ്യമപ്രവർത്തകൻ ശ്രീകണ്ഠൻ നായർ കമ്പനി ഡയറക്ടർ, ഹെഡ് ഓഫ് പ്രോഗ്രാംസ് എന്നീ സ്ഥാനങ്ങളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നു. 500 കോടി മുതൽ മുകളിൽ ആരംഭിച്ച ഈ സംരംഭത്തിന്റെ രണ്ടാം ഘട്ടമെന്നോണം ഒരു വാർത്താ ചാനൽ കൂടി സംപ്രേഷണം ചെയ്യാൻ ഫ്ളവേഴ്സ് പദ്ധതികൾ ആസൂത്രണം ചെയ്യുന്നുണ്ട്.

മാധ്യമ രംഗത്തേക്കു പുത്തൻകാൽവയ്പ്പുമായി 'ജനം'



കൊച്ചി: സ്വകാര്യ ടെലിവിഷൻ ചരിത്രത്തിലാദ്യമായി സംസ്കൃതത്തിലുള്ള ഒരു ന്യൂസ് ബുള്ളറ്റിനുമായി 'ജനം' ചാനൽ രംഗപ്രവേശം ചെയ്തു. എൻറടൈൻമെന്റിനും ന്യൂസിനും ഒരു പോലെ പ്രധാന്യം കൊടുക്കുന്ന ജനത്തിന്റെ ഉദ്ഘാടനം ഏപ്രിൽ 19 ാം തീയതി കൊച്ചിയിൽ നടന്നു. ആർട്ട് ഓഫ് ലിവിംഗിന്റെ സ്ഥാപകൻ ശ്രീ. ശ്രീ രവി ശങ്കർ ഭദ്ര ദീപം തെളിയിച്ചു. കേന്ദ്ര വാർത്താവിതരണ പ്രക്ഷേപണ വകുപ്പ് മന്ത്രി രാജ്യവർദ്ധൻ സിങ് റാത്തോർ ചാനലിന്റെ സ്ഥിച്ച് ഓൺ കർമ്മം നിർവ്വഹിച്ചു. ആർ.എസ്.എസ് ജനറൽ സെക്രട്ടറി ഭയ്യാജി ജോഷി, ബി.ജെ.പി ദേശീയ ജനറൽ സെക്രട്ടറി റാം മാധവ്, സ്വാമി പൂർണ്ണാനന്ദപുരി, ചാനലിന്റെ എം.ഡി വിശ്വരൂപൻ, ചെയർമാൻ പ്രിയദർശൻ, ചാനലിന്റെ സി.ഇ.ഒ യും എക്സിക്യൂട്ടീവ് ന്യൂസ് എഡിറ്ററുമായ രാജേഷ് പിള്ള, ഡയറക്ടർ യു.എസ് കൃഷ്ണ കുമാർ, ബി.ആർ ഷെട്ടി, എസ്.എൻ.ഡി.പി ജനറൽ സെക്രട്ടറി വെള്ളാപ്പള്ളി നവേശ്വരൻ, ബി.ജെ.പി നേതാവ് ഒ.രാജഗോപാൽ, സംസ്ഥാന പ്രസിഡന്റ് വി.മുരളീധരൻ, ഹിന്ദു ഐക്യവേദി സംസ്ഥാന ജനറൽ സെക്രട്ടറി കുമ്മനം രാജശേഖരൻ മുതലായ ഒട്ടനവധി പ്രമുഖർ പങ്കെടുത്തു.

മംഗളം രജത ജൂബിലി ആഘോഷങ്ങൾക്കു സമാപനമായി



കോട്ടയം : പത്രപ്രവർത്തനരംഗത്തു 25 വർഷം പിന്നിടുന്ന മംഗളം ദിനപത്രത്തിന്റെ രജത ജൂബിലി ആഘോഷങ്ങൾക്കു വർണ്ണാഭമായ സമാപനം. കോട്ടയം നെഹ്റു സ്റ്റേഡിയത്തിൽ 18-ാം തീയതി നടന്ന സമാപന സമ്മേളനത്തിലും തുടർന്നു നടന്ന പ്രഥമ മംഗളം ചലച്ചിത്ര അവാർഡ് നിശയിലും ചലച്ചിത്ര സാങ്കാരിക ലോകത്തെ പ്രമുഖരടക്കം നിരവധിയാളുകൾ പങ്കെടുത്തു. മംഗളം രജത ജൂബിലി ആഘോഷങ്ങൾക്കു സമാപന സമ്മേളനത്തിലും തുടർന്നു നടന്ന പ്രഥമ മംഗളം ചലച്ചിത്ര അവാർഡ് നിശയിലും ചലച്ചിത്ര സാങ്കാരിക ലോകത്തെ പ്രമുഖരടക്കം നിരവധിയാളുകൾ പങ്കെടുത്തു. മംഗളം രജത ജൂബിലി ആഘോഷങ്ങൾക്കു സമാപന സമ്മേളനത്തിലും തുടർന്നു നടന്ന പ്രഥമ മംഗളം ചലച്ചിത്ര അവാർഡ് നിശയിലും ചലച്ചിത്ര സാങ്കാരിക ലോകത്തെ പ്രമുഖരടക്കം നിരവധിയാളുകൾ പങ്കെടുത്തു. മംഗളം രജത ജൂബിലി ആഘോഷങ്ങൾക്കു സമാപന സമ്മേളനത്തിലും തുടർന്നു നടന്ന പ്രഥമ മംഗളം ചലച്ചിത്ര അവാർഡ് നിശയിലും ചലച്ചിത്ര സാങ്കാരിക ലോകത്തെ പ്രമുഖരടക്കം നിരവധിയാളുകൾ പങ്കെടുത്തു. മംഗളം രജത ജൂബിലി ആഘോഷങ്ങൾക്കു സമാപന സമ്മേളനത്തിലും തുടർന്നു നടന്ന പ്രഥമ മംഗളം ചലച്ചിത്ര അവാർഡ് നിശയിലും ചലച്ചിത്ര സാങ്കാരിക ലോകത്തെ പ്രമുഖരടക്കം നിരവധിയാളുകൾ പങ്കെടുത്തു.

ളുടെ സമാപന സമ്മേളനം മുഖ്യമന്ത്രി ഉമ്മൻ ചാണ്ടി ഉദ്ഘാടനം ചെയ്തു. ജൂബിലി ആഘോഷങ്ങളുടെ ഭാഗമായ ചലച്ചിത്ര പുരസ്കാര നിശയുടെ ഉദ്ഘാടനം സിനിമ-വനം-ഗതാഗത മന്ത്രി തിരുവഞ്ചൂർ രാധാകൃഷ്ണൻ നിർവ്വഹിച്ചു. ചലച്ചിത്ര മേഖലയിലെ സമഗ്ര സംഭാവനയ്ക്കുള്ള പുരസ്കാരം ചലച്ചിത്ര നടനും സംവിധായകനുമായ ബാലചന്ദ്രമേനോൻ മുഖ്യമന്ത്രി ഉമ്മൻചാണ്ടി സമ്മാനിച്ചു. 'വർഷം' സിനിമയിലെ അഭിനയത്തിനു മമ്മൂട്ടിയേയും, 'ഹൗ ഓൾഡ് ആർ യൂ' എന്ന ചിത്രത്തിലെ പ്രകടനത്തിനു മഞ്ജു വാര്യരേയും മികച്ച നടനും നടിയുമായി തെരഞ്ഞെടുത്തു. കലാജീവിതത്തിൽ 25 വർഷം പിന്നിടുന്ന കോട്ടയം നസീറിനെ മമ്മൂട്ടി പൊന്നാടയണിയിച്ചു ആദരിച്ചു. മന്ത്രി കെ.സി ജോസഫ്, ജോസ്.കെ.മാണി എം.പി, കെ. സുരേഷ് കുറുപ്പ് എം.എൽ.എ, ബി.ജെ.പി സംസ്ഥാന അദ്ധ്യക്ഷൻ വി.മുരളീധരൻ, കോട്ടയം നഗരസഭാ അദ്ധ്യക്ഷൻ കെ.ആർ.ജി വാര്യർ തുടങ്ങിയവർ ആശംസകളർപ്പിച്ചു. സമ്മേളന സമാപനത്തെ തുടർന്നു കോട്ടയം നസീറിന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ കോമഡി ഷോയും, ഷാന കാസിമും സംഘവും അവതരിപ്പിച്ച നൃത്ത പരിപാടികളുമുണ്ടായിരുന്നു.



കൊച്ചി: ഒൻപതാമത് പെപ്പർ ക്രിയേറ്റീവ് അവാർഡുകൾ പ്രഖ്യാപിച്ചു. എല്ലാ വിഭാഗങ്ങളിലുമായി ഏറ്റവുമധികം പോയിന്റുകൾ കരസ്ഥമാക്കിയ ബാംഗ്ലൂർ സ്റ്റീർഡ് ക്രിയേറ്റീവ്സ് ഏജൻസി ഓഫ് ദ ഇയർ അവാർഡ് സ്വന്തമാക്കി. മലയാള മനോരമയ്ക്കാണ് അഡാർടെസിംഗ് ഓഫ് ദ ഇയർ പുരസ്കാരം. കൊച്ചിൻ അഡാർടെസിംഗ് ക്ലബ്ബും പെപ്പർ ക്രിയേറ്റീവ് അവാർഡ് ട്രസ്റ്റും ചേർന്നാണ് പുരസ്കാരങ്ങൾ ഏർപ്പെടുത്തിയത്. പെപ്പർ ക്രിയേറ്റീവ് ട്രസ്റ്റ് ചെയർമാൻ ഉമ്മൻ കുര്യൻ അദ്ധ്യക്ഷനായ അവാർഡ് ദാന ചടങ്ങ് മാതൃഭൂമി മാർക്കറ്റിംഗ് ആൻഡ് ഇലക്ട്രോണിക് മീഡിയ ഡയറക്ടർ എം വി ശ്രോയാംസ് കുമാർ എം. എൻ.എ ഉദ്ഘാടനം ചെയ്തു. പെപ്പർ അവാർഡ്സ്-2015 മത്സരത്തിലേക്ക് ദക്ഷിണേന്ത്യയിലെ 88 ഏജൻസികളിൽ നിന്നായി 1000 ത്തിലധികം അപേക്ഷകൾ ലഭിച്ചിരുന്നു. മലയാള മനോരമ, റേഡിയോ മാംഗോ എന്നിവയ്ക്കായി വിവിധ ഏജൻസികൾ ചെയ്ത 13 പരസ്യങ്ങൾ വിവിധ കാറ്റഗറികളിലായി പുരസ്കാരങ്ങൾ നേടി.

വിവിധ വിഭാഗങ്ങളിലായി മാതൃഭൂമിക്കും ക്ലബ്ബ് എഫ്.എമ്മിനും ആറ് അവാർഡുകൾ വീതം ലഭിച്ചു. മാതൃഭൂമി പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളായ ആരോഗ്യ മാസികയ്ക്കും ഗൃഹലക്ഷ്മിക്കും വേണ്ടി മൈത്രി അഡാർടെസിംഗ് തയ്യാറാക്കിയ പരസ്യങ്ങൾക്കാണ് പുരസ്കാരം. റേഡിയോ ഇൻ ഹൗസ് പ്രോഗ്രാം പ്രൊമോഷനിൽ ക്ലബ്ബ് എഫ്.എം വെള്ളി നേടി ഫൈനലിസ്റ്റായി. മീഡിയ പ്രസ് കാമ്പയിൻ, റേഡിയോ ക്രാഫ്റ്റ് വോയ്സ് പെർഫോമൻസ് (ഇതെന്ത് കുത്ത്), സൈബർ മൈക്രോസെറ്റ് (എന്റെ മൊബൈൽ എന്റെ ക്ലിക്ക്) വിഭാഗങ്ങളിൽ ക്ലബ്ബ് എഫ്.എം വെങ്കലം സ്വന്തമാക്കി. ഏഷ്യാനെറ്റ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻസ്, റേഡിയോ മാംഗോ തുടങ്ങിയ മാധ്യമങ്ങളും പെപ്പർ അവാർഡിനായി തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ടു. പരസ്യരംഗത്ത് ദക്ഷിണേന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും വലിയ അവാർഡായി മാറിക്കഴിഞ്ഞ പെപ്പർ അവാർഡിനെ സമീപ ഭാവിയ്ക്കൽ ആഗോളതലത്തിലേക്കുയർത്തുന്നതാണ് ലക്ഷ്യമെന്ന് ചെയർമാൻ ഉമ്മൻ കുര്യൻ പറഞ്ഞു. കൊച്ചിൻ അഡാർടെസിംഗ് ക്ലബ്ബ് പ്രസിഡന്റ് രാജീവ് മേനോൻ, പെപ്പർ ക്രിയേറ്റീവ് അവാർഡ് ട്രസ്റ്റ് സെക്രട്ടറി ടി.വിനയ് കുമാർ, കമ്മിറ്റി അംഗങ്ങളായ യു. എസ് കുട്ടി, ആർ. മാധവ മേനോൻ, പി.കെ നടേഷ്, കെ.വേണുഗോപാൽ, സന്ദീപ് നായർ, ലക്ഷ്മൺ വർമ്മ, അനിൽ ജയിംസ്, ഡൊമിനിക സാവിയോ, രാജു മേനോൻ, ജി.ശ്രീനാഥ്, രഘു രാമചന്ദ്രൻ, ചിത്ര പ്രകാശ്, ടി. സുദീപ് കുമാർ, സി.കെ രാജീവ്, എ.ടി രാജീവ് എന്നിവർ ചടങ്ങിൽ പ്രസംഗിച്ചു.

ദീപികയുടെ 128-ാം വാർഷികവും രാഷ്ട്ര ദീപികയുടെ രജത ജൂബിലിയും ആഘോഷിച്ചു



കോട്ടയം: മലയാളത്തിലെ ആദ്യ ദിനപത്രമായ ദീപികയുടെ 128-ാം വാർഷികവും, സാധാരണ പത്രമായ രാഷ്ട്രദീപികയുടെ 25-ാം വാർഷികാഘോഷവും കോട്ടയം മാമ്മൻ മാപ്പിള ഹാളിൽ കേരളാ ഗവർണ്ണർ ജസ്റ്റിസ് പി.സദാശിവൻ ഉദ്ഘാടനം ചെയ്തു.

മുഖ്യമന്ത്രി ഉമ്മൻചാണ്ടി ചടങ്ങുകൾക്കു അദ്ധ്യക്ഷത വഹിച്ചു. ചങ്ങനാശേരി ആർച്ച് ബിഷപ്പ് മാർ ജോസഫ് പെരുന്തോട്ടം, മന്ത്രിമാരായ തിരുവഞ്ചൂർ രാധാകൃഷ്ണൻ, കെ.എം മാണി, കെ.സി ജോസഫ്, ജോസ്.കെ.മാണി എം.പി തുടങ്ങി നിരവധി സാമൂഹ്യ സാംസ്കാരിക പ്രവർത്തകർ സമ്മേളനത്തിൽ നിരസാന്നിധ്യമായി.



സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് ഡിജിറ്റൽ ലോകത്ത് അദ്ഭുതമെഴുതിയ പ്രതിഭാശാലി

ഡിജിറ്റൽ ലോകത്തിന്റെ പിതാവ്, വിവരസാങ്കേതിക ലോകത്ത് മഹാവിപ്ലവമൊരുക്കിയ ധീരനാശാലി, പുത്തൻ ആശയങ്ങളും വേറിട്ട കാഴ്ചപ്പാടുകളുമായി ഡിജിറ്റൽ ലോകത്ത് അദ്ഭുതമെഴുതിയ പ്രതിഭ.... ആപ്പിൾ കമ്പ്യൂട്ടേഴ്സിന്റെ പിതാവ് എന്ന് വിളിക്കപ്പെടുന്ന സ്റ്റീവ് പോൾ ജോബ്സിന് വിശേഷണങ്ങളേറെ. ഹൈസ്കൂൾ വിദ്യാഭ്യാസത്തിനപ്പുറം ഏറെയൊന്നും പഠിച്ചിട്ടില്ലാത്ത, റീഡ് കോളജിലെ പഠനം ഇടയ്ക്ക് വെച്ച് നിർത്തേണ്ടിവന്ന സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് വിവിധ കണ്ടുപിടിത്തങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് സ്വന്തമാക്കിയത്, 346 പേറ്റന്റുകൾ.

കാലിഫോർണിയ ലോസ് ആൽട്ടോസിലുള്ള വീട്ടിലും ഇതിനോട് ചേർന്നുള്ള ഗാരേജിൽ തയ്യാറാക്കിയ പരീക്ഷണ ശാലയിൽ വച്ചുമായിരുന്നു സ്റ്റീവ് ജോബ്സും സുഹൃത്തുക്കളായ സ്റ്റീവ് വോസ്നിയാക്ക്, മൈക്ക് മെർക്കുല എന്നിവരും ചേർന്ന് ആപ്പിൾ 1 എന്ന, ആദ്യത്തെ കമ്പ്യൂട്ടർ നിർമിച്ചത്. ജോബ്സ് അല്ല, സ്റ്റീവ് വോസ്നിയാക്ക് ആയിരുന്നു ഈ കമ്പ്യൂട്ടറുകളെക്കൊണ്ടും രൂപകൽപനചെയ്തത് എന്ന് ശക്തമായ വാദങ്ങളുണ്ട്. എന്തായാലും മികച്ചൊരു എൻ്റർപ്രണെറനിലായി ജോബ്സ് വൻവിജയമായിരുന്നു. 1977ൽ ഇവർ ചേർന്ന് നിർമിച്ച ആപ്പിൾ 2 ആയിരുന്നു സാധാരണ ഉപഭോക്താക്കൾ വൻ തോതിൽ വാങ്ങിയ ആദ്യത്തെ കമ്പ്യൂട്ടർ. 1977 ൽ കാലിഫോർണിയ കമ്പ്യൂട്ടർ മേളയിൽ അത് ആദ്യമായി അവതരിപ്പിക്കപ്പെട്ടു. ഉയർച്ചയുടെ നാളുകളായിരുന്നു പിന്നീട് ആപ്പിൾ കമ്പനിയ്ക്കും അതിന്റെ സാരഥികൾക്കും.

1983 ൽ 'ഫോർച്യൂൺ 500' പട്ടികയിൽ 411-ാം സ്ഥാനം കരസ്ഥമാക്കി ആപ്പിൾ ചരിത്രം കുറിച്ചു. പേഴ്സണൽ കമ്പ്യൂട്ടറുകളുടെ ചരിത്രത്തിലെ സുപ്രധാന ഏടായി സാങ്കേതികരംഗത്തും വിപണിയിലും വൻ വിപ്ലവം സൃഷ്ടിച്ചു. 1984ൽ തുടക്കമിട്ട മാക്കിന്റോഷ് കമ്പ്യൂട്ടറും മാക് എന്നറിയപ്പെടുന്ന ഈ കമ്പ്യൂട്ടറാണ് പേഴ്സണൽ കമ്പ്യൂട്ടർ എന്ന സങ്കല്പത്തെ മാറ്റി മറിച്ച് ഇന്നത്തെ കമ്പ്യൂട്ടറുകളുടെ മുന്നോടിയായി മാർക്കറ്റിൽ ആദ്യമായി ചലനം സൃഷ്ടിച്ചത്.

ഇതിനിടെ ആപ്പിളിലെ സഹപ്രവർത്തകരുമായി സ്റ്റീവിന് അഭിപ്രായവ്യത്യാസങ്ങളുണ്ടായി. സി.ഇ.ഒ. ജോൺ സ്കള്ളിയുടെ നേതൃ

കാലിഫോർണിയ ലോസ് ആൽട്ടോസിലുള്ള വീട്ടിലും ഇതിനോട് ചേർന്നുള്ള ഗാരേജിൽ തയ്യാറാക്കിയ പരീക്ഷണശാലയിൽ വച്ചുമായിരുന്നു സ്റ്റീവ് ജോബ്സും സുഹൃത്തുക്കളായ സ്റ്റീവ് വോസ്നിയാക്ക്, മൈക്ക് മെർക്കുല എന്നിവരും ചേർന്ന് ആപ്പിൾ 1 എന്ന, ആദ്യത്തെ കമ്പ്യൂട്ടർ നിർമിച്ചത്.

താത്തിൽ നടന്ന ‘അട്ടിമറി’യിൽ, സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് സ്ഥാപിച്ച കമ്പനിയിൽ നിന്ന് സ്റ്റീവിനെ പിരിച്ചു വിട്ടു. ഉണ്ടായിരുന്നതെല്ലാം നഷ്ടപ്പെട്ട് ആകെ തകർന്നുപോയി സ്റ്റീവ് ആ ദിനങ്ങളിൽ. കുറച്ച് കാലത്തേക്ക് എന്ത് ചെയ്യണമെന്ന് യാതൊരു പിടിയുമില്ലാതെ നടന്നു. 1985 ലായിരുന്നു അത്. പിന്തിരിയാൻ ഒരുക്കമല്ലാതിരുന്ന സ്റ്റീവ് ഇക്കാലത്ത് കമ്പ്യൂട്ടർ പ്ലാറ്റ്ഫോമായ നെക്സ്റ്റും പിക്സറും സ്ഥാപിച്ചു. ലോകത്തിലെ ഇദംപ്രഥമമായ കമ്പ്യൂട്ടർ ആനിമേറ്റഡ് ഫിലിം ‘ടോയ് സ്റ്റോറി’ പിക്സർ നിർമ്മിച്ചു.

ഇതിനിടെ കാര്യങ്ങൾ വീണ്ടും മാറിമറിഞ്ഞു. പതിനൊന്നുവർഷത്തിനു ശേഷം, ‘ആപ്പിൾ’ അതിന്റെ ചരിത്രത്തിലെ ഏറ്റവും വലിയ പ്രതിസന്ധി നേരിട്ട വേളയിൽ സ്റ്റീവിന്റെ സഹായം തേടേണ്ടി വന്നു ആപ്പിളിന്. ‘ആപ്പിളി’നെ തോൽപ്പിക്കാൻ 85ൽ താൻ സ്ഥാപിച്ച ‘നെക്സ്റ്റു’മായി തന്നെ സ്റ്റീവ് മടങ്ങിയെത്തി, ആപ്പിളിനെ കരകേറ്റാൻ. തുടർന്നുള്ള വർഷങ്ങൾ കമ്പ്യൂട്ടർ, മൊബൈൽ ഫോൺ രംഗത്തെ വിപ്ലവകരമായ മാറ്റങ്ങളുടെ കാലമായിരുന്നു. 1996 ൽ നഷ്ടത്തിൽ നിന്ന് നഷ്ടത്തിലേക്ക് നീങ്ങിക്കൊണ്ടിരുന്ന കമ്പനിയെ, ജോബ്സ്, ലോകത്തെ ഏറ്റവും മൂല്യമേറിയ ടെക്നോളജി കമ്പനിയാക്കി മാറ്റി. മാക്ബുക്കും ഐഡ്യൂൺ സ്റ്റോറും ആപ്പിൾ ആപ് സ്റ്റോറുമൊക്കെ പിന്നാലെയെത്തി.

ആപ്പിൾ കുതിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കെ 2004ൽ സ്റ്റീവ് പാൻക്രിയാസ് ക്യാൻസർ ബാധിതനായെങ്കിലും ഒരുവിധേന ജീവിതത്തിലേക്ക് തിരിച്ചുവന്നു. സ്മാർട്ട് ഫോൺ രംഗത്തെ വിപ്ലവമായ ഐഫോണും ഐ പാഡും പുറത്തുവന്നത് അതിന് ശേഷമാണ്. ‘സ്റ്റാർ വാർസ്’ സംവിധായകൻ ജോർജ് ലൂക്കാസിന്റെ പക്കൽനിന്ന് വാങ്ങിയ ‘ഗ്രാഫിക്സ് ഗ്രൂപ്പി’ന്റെ പേരുമാറ്റിയുണ്ടാക്കിയ പിക്സറിനെ പിന്നീട് 2005ൽ വാൾട്ട് ഡിസ്നി കമ്പനി ഏറ്റെടുത്തു. അങ്ങനെ ജോബ്സ് വാൾട്ട് ഡിസ്നിയിലെ ഏറ്റവും വലിയ ഓഹരിയുടമയായി. ലോകത്തെ ഏറ്റവും മൂല്യമുള്ള കമ്പനിയാക്കി ‘ആപ്പിൾ’ വളർന്നു.

അച്ഛനമ്മമാർക്ക് താൽപര്യമില്ലാതെ പിറന്ന കുട്ടിയായിരുന്നു പ്രതിഭാശാലിയായി ചരിത്രമെഴുതിയ സ്റ്റീവ്. ദത്തെടുക്കപ്പെട്ടവൻ. അബ് ദുൾ ഫത്താഹ് ജോൺ ജാൻഡലിയും ജോവാൻ കരോൾ സ്കീബിളുമായിരുന്നു സ്റ്റീവിന് ജന്മം നൽകിയ മാതാപിതാക്കളെങ്കിലും സ്റ്റീവിനെ വളർത്തിയത് അവരായിരുന്നില്ല. സ്റ്റീവ് അവരെ അച്ഛനമ്മമാരുടെ സ്ഥാനത്ത് പരിഗണിച്ചിരുന്നതുമില്ല. പഠന കാലത്തെ പ്രണയത്തിന്റെ സന്തതിയായ സ്റ്റീവിനെ തങ്ങളുടെ പുത്രനായി അംഗീകരിക്കുന്നതിൽ നിന്നും വീട്ടുകാരുടെ എതിർപ്പ് ആ യുവമാതാ പിതാക്കളെ പിന്തിരിപ്പിക്കുകയായിരുന്നു. (ഇവരിരുവരും ഭാവിയിൽ വിവാഹിതരായി കുറച്ചുകാലം ഒന്നിച്ചു കഴിഞ്ഞിരുന്നു). കാർ മെക്കാനിക്കായ പോൾ റെയ്നോൾഡ്സും ക്ളാരാ ജോബ്സുമാണ് സ്റ്റീവിനെ ദത്തെടുത്തു വളർത്തിയത്. പിതാവ്



പോളിന്റെ ഗാരിജിലിരുന്ന് ഇലക്ട്രോണിക് സാമഗ്രികൾ അഴിച്ചു പണിത്തും കൂട്ടിച്ചേർത്തും സ്റ്റീവ് മികച്ചൊരു മെക്കാനിക്കായി വളർന്നു.

കാലിഫോർണിയ ലോസ് ഗട്ടോസിലെ അടാരി ഇൻഷുറൻസിൽ കുറച്ചുകാലം ടെക്നീഷ്യനായി പ്രവർത്തിച്ചെങ്കിലും പിന്നീട് ആധുനികാനേഷണത്തിന്റെ വഴികളിലൂടെയായി സ്റ്റീവിന്റെ സഞ്ചാരം. ഈസ്റ്റേൺ മിസ്റ്ററിസിസത്തിലും സെൻ ബുദ്ധിസത്തിലും ഹിപ്പിയി സത്തിലുമൊക്കെ ആകൃഷ്ടനായി. 1974ൽ നീം കരോലി ബാബയെ തേടി ഇന്ത്യയിലേക്ക് വന്നെങ്കിലും ബാബ മരിച്ചതിനാൽ തിരിച്ചു പോകേണ്ടി വന്നു.

ആപ്പിളിന്റെ വളർച്ചയോടെ, ഇരുപത്തിമൂന്നാം വയസിൽ സ്റ്റീവ് മില്ലനയറായി. പക്ഷേ ഒരു സെലിബ്രിറ്റി എന്ന പരിവേഷം അദ്ദേഹം താൽപര്യപ്പെട്ടിരുന്നില്ല. പണം കുമിഞ്ഞുകൂടിയതോടെ ലോസ് ഗാടോസിൽ സ്റ്റീവ് ഒരു വലിയ വീട് വാങ്ങി. എന്നാൽ ആ വീട് ശരിയായി ഫർണിഷ് ചെയ്യുന്നതിലൊന്നും അദ്ദേഹം ശ്രദ്ധാലുവായിരുന്നില്ല. ആപ്പിൾ സി ഇ ഒ എന്ന നിലയിൽ കഠിനാധ്വാനിയായിരുന്നു സ്റ്റീവ്. പലപ്പോഴും അദ്ദേഹം ഉണർന്നെണിക്കുക ആപ്പിൾ ഓഫീസിൽ തന്നെയായിരിക്കും. ആഴ്ചയവസാനമായാലും കാര്യങ്ങൾക്ക് മാറ്റമുണ്ടാകണമെന്നില്ല.

ന്യൂയോർക്കിലെ സാൻ റെമോ ടവേഴ്സിൽ ഒരു അപ്പാർട്ട്മെന്റ് സ്വന്തമായുണ്ടായിരുന്നുവെങ്കിലും സൗഹൃദ ബന്ധങ്ങളുണ്ടാക്കുന്നതിൽ അദ്ദേഹം വളരെ പിന്നിലായിരുന്നു. 1984ൽ ജാക്കിംഗ് മാൻഷൻ വാങ്ങിയതിനു പിന്നാലെ അവിടേക്ക് താമസം മാറ്റിയെങ്കിലും അതും വേണ്ടവിധത്തിൽ ഫർണിഷ് ചെയ്യാൻ തീരെ ശ്രദ്ധ വെച്ചിരുന്നില്ല.

വളരെക്കാലം സ്റ്റീവിന്റെ കാമുകിയായിരുന്ന ക്രിസ്റ്റിനാ റെഡ്സെ ആ വലിയവീട്ടിൽ താമസിക്കാനിഷ്ടപ്പെട്ടില്ല. അവരിരുവരും വഴക്കിടുന്നതും പതിവായിരുന്നു. 1989ലെ വേനൽക്കാലത്ത് സ്റ്റീവ് ക്രിസ്റ്റിനായോട് പറഞ്ഞു, “തന്നെ വിവാഹം കഴിക്കണമെന്ന്”, “അങ്ങനെയെങ്കിൽ തനിക്ക് ഭ്രാന്ത് പിടിക്കുമെന്ന്” പറഞ്ഞ് ക്രിസ്റ്റിനാ പിൻവാങ്ങി.

ക്രിസ്റ്റിനയെ നഷ്ടമായ ദുഃഖത്തിലിരിക്കെയാണ് സ്റ്റാൻഫർഡിലെ ഒരു പ്രഭാഷണവേളയിൽ ലോറൻ പവൽ എന്ന സുന്ദരിയിൽ കണ്ണുടക്കിയത്. “ലവ് അറ്റ് ഫസ്റ്റ് സൈറ്റ്” തന്നെയായിരുന്നത്. “ലോറനെ താൻ കെട്ടാൻ പോകുന്നു” അന്ന് രാത്രി സഹോദരിയോട് നടത്തിയ ഫോൺ സംഭാഷണത്തിൽ സ്റ്റീവ് അറിയിച്ചു. 1991 മാർച്ച് 18നായിരുന്നു ലോറൻ-സ്റ്റീവ് വിവാഹം. മകൻ റീഡിന്റെ ജനനം സ്റ്റീവിന്റെ ജീവിതത്തെ ഏറെ മാറ്റി. കുടുംബത്തിനുവേണ്ടിയായിരുന്നു അദ്ദേഹത്തിന്റെ ജീവിതം. “ജീവിതത്തിൽ ലാളിത്യം ഞാനിഷ്ടപ്പെടുന്നു. എന്റെ കുടുംബമാണ് എനിക്ക് വലുത്, അതുപോലെ തന്നെ ആപ്പിളും പിക്സറും”.

പവലുമായി ആദ്യകാഴ്ചയിലേ അനുരാഗ ബദ്ധനായെങ്കിലും ക്രിസ്റ്റിനയെ നഷ്ടമായതിൽ സ്റ്റീവിന്റെ മനസ് വേദനിച്ചിരുന്നു, അവരെ പിരിയേണ്ടിവന്നതിനെക്കുറിച്ച് അദ്ദേഹം പലപ്പോഴും പരാമർശിച്ചിരുന്നു. ആദ്യകാമുകി ക്രിസൻ ബ്രെണ്ണനു മായുള്ള ബന്ധത്തിലെ മകൾ ലിസയുമായി അത്ര നല്ല ബന്ധമായിരുന്നില്ല സ്റ്റീവിന്. ആ അച്ഛനും മകളും പലപ്പോഴും ഉടക്കി. ഏഴു വയസുവരെ ലിസയുടെ പിതൃത്വം അദ്ദേഹം അംഗീകരിച്ചിരുന്നില്ല. പിന്നീട് അദ്ദേഹം ലിസയെ അംഗീകരിച്ചെങ്കിലും മരിക്കുംവരെ അവർ വഴക്കിട്ടിരുന്നു.

ലോറനിൽ, റീഡിനുശേഷം പിറന്ന വളരെ ശാന്തപ്രകൃതക്കാരിയായ മകൾ എറിൻ സീനയോടും സ്റ്റീവിന് അത്ര താൽപര്യമുണ്ടായിരുന്നില്ല. മൂന്നാമത്തെ മകൾ ഈവിന്റെ വാക്ചാതുരിയും തന്റേടവും സ്റ്റീവിന് ഇഷ്ടമായിരുന്നു. മകൻ റീഡിനോട് വളരെ സ്നേഹമായിരുന്നെങ്കിലും പെൺമക്കളോട് വല്ലപ്പോഴുമേ അദ്ദേഹം സ്നേഹം കാണിച്ചിരുന്നുള്ളൂ എന്ന് ഇദ്ദേഹത്തിന്റെ ജീവചരിത്രകാരൻ പറയുന്നു. മറ്റൊരുതെങ്കിലും ഗൗരവമേറിയ കാര്യങ്ങളുള്ളപ്പോൾ അദ്ദേഹം പെൺമക്കളെ തീരെ ഗൗനിക്കാറില്ലായിരുന്നു. റീഡിന് രണ്ടു വയസായപ്പോഴേ അമ്മ ലോറൻ പവൽ ജോലി ഉപേക്ഷിച്ചിരുന്നു, കുട്ടികളെ നോക്കാനായി.

എട്ട് ബില്യനിലേറെ സമ്പത്തിന് ഉടമയായിരുന്നെങ്കിലും അദ്ദേഹം യാതൊരു ആഡംബരവും ഇഷ്ടപ്പെട്ടിരുന്നില്ല. അദ്ദേഹത്തിന്റെ മേഴ്സിഡസ് കാർ ആറുമാസത്തിലൊരിക്കൽ പുതിയ മോഡലായി അദ്ദേഹം മാറ്റിവാങ്ങിയിരുന്നു. ഇതൊഴിച്ചാൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ വീട്ടിലെ പുന്തോപ്പിനൊരു ചുറ്റുമതിലുപോലുമുണ്ടായിരുന്നില്ല. വീടിന്റെ മുൻവതിൽ അടയ്ക്കാൻ പോലും അദ്ദേഹം ഇഷ്ടപ്പെട്ടിരുന്നില്ല. ഏതാനും ഫോട്ടോകൾ ഭിത്തിയിൽ തൂക്കിയിരുന്നതൊഴിച്ചാൽ വീട്ടിൽ മറ്റ് ആഡംഭരങ്ങളൊന്നുമുണ്ടായിരുന്നില്ല.

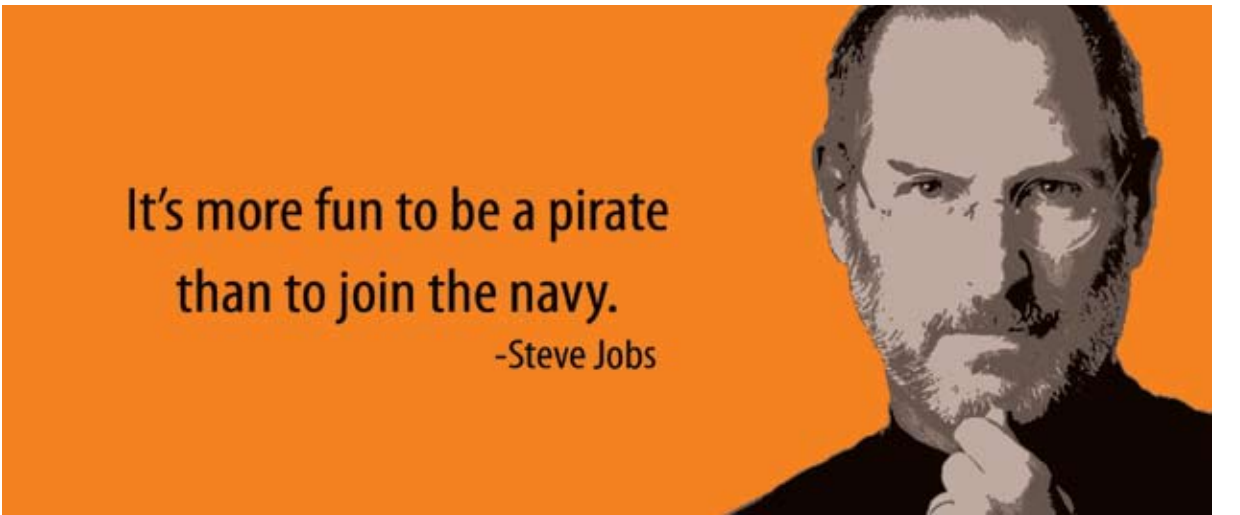
പ്രത്യേക ശീലങ്ങളായിരുന്നു സ്റ്റീവിന് ഭക്ഷണക്കാര്യത്തിൽ. ബുദ്ധമതവിശ്വാസിയും മത്സ്യം മാത്രം കഴിക്കുന്ന സത്യാഹാരിയുമായിരിക്കാനാണ് അദ്ദേഹം ഇഷ്ടപ്പെട്ടത്. വല്ലപ്പോഴുമേ മീൻ

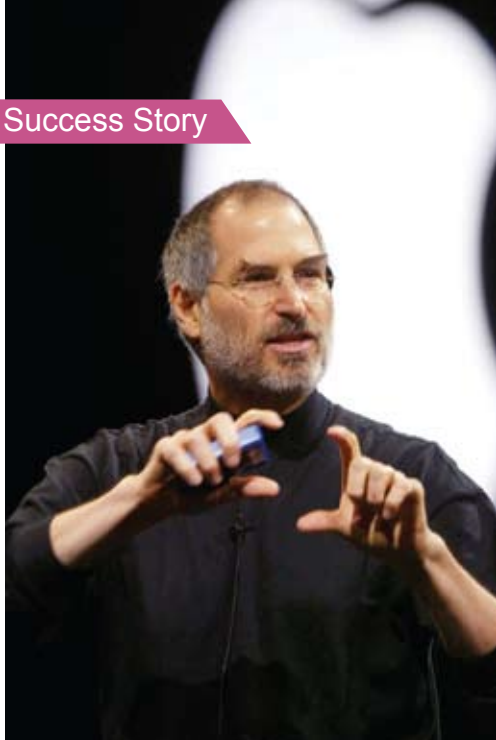
ഉപയോഗിക്കുമായിരുന്നുള്ളൂ. ദിവസങ്ങളോളം ഉപവസിക്കുകയും ചെയ്തിരുന്നു. “പാസ്തയും കറിവെക്കാത്ത തക്കാളിയും, ആവിയിൽ പുഴുങ്ങിയ കോളിഫ്ളവറും കാർറ്റ് സാലഡും.” ഇതായിരുന്നു തങ്ങൾ സ്റ്റീവിന്റെ വീട്ടിലെത്തിയപ്പോൾ ലഭിച്ച ഭക്ഷണമെന്ന് പറയുന്നു ടൈം റിപ്പോർട്ടർമാർ കാതി ബൂത്തും ഡേവിഡ് ജാക്സണും. “മുതിർന്നവർ ഭക്ഷണം കഴിക്കുമ്പോൾ അവരുടെ ആറു വയസു കാൻ മകൻ തോട്ടത്തിൽ നടന്ന് ഹെർബൽ റ്റി തയാറാക്കാനുള്ള ഇലകൾ പറിക്കുകയായിരുന്നു”വത്രേ. പലപ്പോഴും ഏതെങ്കിലും ഒരു വെജിറ്റബിൾ മാത്രമായിരുന്നു ഭക്ഷണത്തിലുൾപ്പെടുത്തിയിരുന്നത്. ഒരു ഗ്ലാസ് വൈനിനപ്പുറം ലഹരിപദാർഥങ്ങളൊന്നും അദ്ദേഹം ഉപയോഗിച്ചിരുന്നില്ല. ക്രിയേറ്റിവിറ്റിയെ നശിപ്പിക്കുമെന്നതിനാൽ കുട്ടികൾക്ക് വീട്ടിൽ ടിവി കാഴ്ച വിലക്കിയിരുന്നു.

ഡ്രസ് തിരഞ്ഞെടുക്കാനൊന്നും വിലപ്പെട്ട സമയം ചെലവിടുന്നതിനെക്കുറിച്ച് സ്റ്റീവിന് ചിന്തിക്കാൻ പോലുമൊന്നുമായിരുന്നില്ല. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ഒരു പതിറ്റാണ്ടോളം ഒരേ ടൈപ്പ് വേഷത്തിലാണ് സ്റ്റീവിനെ സ്റ്റേജിൽ കണ്ടിരുന്നത്. കറുത്തനിറത്തിലെ കോളറില്ലാത്ത സെന്റ് ക്രോയിക്സ് സൈറ്റർ, നീലനിറമുള്ള ലെവി 501 ജീൻസ്, ന്യൂ ബാലൻസ് 991 ഷൂസ്. ആപ്പിളിന്റെ കോർപ്പറേറ്റ് ബ്രാൻഡിങ് ആയി മാറി സ്റ്റീവിന്റെ ആ വേഷം. ഡ്രസിംഗിലൊന്നും താനത്ര ശ്രദ്ധിക്കാറില്ലന്ന് സ്റ്റീവ് സുഹൃത്തുക്കളോട് പറയുമായിരുന്നു. 35000 കോടി ഡോളർ മൂല്യമുള്ള കമ്പനിയുടെ തലവനാണിത് പറയുന്നതെന്ന് ശ്രദ്ധേയം.

2003 ഒക്ടോബറിൽ ക്യാൻസർ ബാധിതനായ സ്റ്റീവ്, സർജറിക്കൊന്നും തയ്യാറായിരുന്നില്ല. രോഗം മുർച്ഛിച്ചതിനെത്തുടർന്ന് 2011 ഓഗസ്റ്റ് 24ന് ആപ്പിളിന്റെ സി.ഇ.ഒ. സ്ഥാനം രാജിവെച്ചിരുന്നു. എങ്കിലും കമ്പനിയുടെ ചെയർമാൻ സ്ഥാനം അദ്ദേഹത്തിന് തന്നെയായിരുന്നു. ഔഷധസസ്യങ്ങളുടെ വേരുകളും പഴങ്ങളും ഭക്ഷിച്ചാൽ മരുന്നില്ലാതെ തന്നെ ക്യാൻസർ സുഖപ്പെടുമെന്ന് അദ്ദേഹം കരുതി. ഭക്ഷണമൊന്നും കഴിക്കാതെ അദ്ദേഹത്തിന്റെ ശരീരം അനുദിനം ശോഷിച്ചുവന്നു. ഭക്ഷണമേശയിൽ വന്നിരുന്ന് വിദൂരത്തേക്ക് നോക്കി ഒന്നും കഴിക്കാതെയിരിക്കുന്ന സ്റ്റീവിനെ കഴിപ്പിക്കാൻ നോക്കിയാൽ വീടൊരു യുദ്ധക്കളമാകുമായിരുന്നുവെന്ന് ഭാര്യ പവൽ പറയുന്നു. ഒക്ടോബർ 5ന് രോഗം മുർച്ഛിച്ചതിനെ തുടർന്ന് കാലിഫോർണിയയിലെ പാലൊ ആൾട്ടോയിൽ വച്ച് സ്റ്റീവ് അന്തരിച്ചു.

സ്റ്റീവാൺ പലപ്പോഴും ആപ്പിൾ സ്ഥാപകൻ എന്ന നിലയിൽ അംഗീകാരങ്ങളേറ്റുവാങ്ങിയതെങ്കിലും ആദ്യ ആപ്പിൾ കമ്പ്യൂട്ടറിന്റെ പ്രധാന ഡിസൈനർ, ജോബ്സിന്റെ സുഹൃത്ത് സ്റ്റീവ് വോസ്നിയാക് ആയിരുന്നു എന്ന് ശക്തമായ അഭിപ്രായങ്ങളുണ്ട്. മാക്നോഷ്





കമ്പ്യൂട്ടറിന്റെ രൂപകൽപനയിലും വോസ്നിയാ കിന്റെ സേവനം എടുത്തുപറയത്തക്കതായിരുന്നു. എൻജിനീയർ ആയിരുന്ന വോസ്നിയാകിന്റെ പിതാവ് മകന്റെ ടെക്നിക്കൽ അഭിരുചികളെ എന്നും പ്രോത്സാഹിപ്പിച്ചിരുന്നു. ടെക്നോളജിയെ ഏറെ ഇഷ്ടപ്പെട്ടിരുന്ന വോസ്നിയാകിന് പക്ഷേ, ജോബ്സിന് കിട്ടിയ അംഗീകാരമൊന്നും കിട്ടിയില്ല. വോസ്നിയാക്കിന് അതിൽ താൽപര്യമില്ലായിരുന്നു എന്നതാണ് സത്യം. ഹ്യൂലറ്റ് പാക്കാർഡിലെ എൻജിനീയർ ജോലിയിലായിരുന്നു വോസ്നിയാക്കിന് എന്നും താൽപര്യം.

ആദ്യ കമ്പ്യൂട്ടർ നിർമ്മിച്ചത് വോസ്നിയാക്ക് ആയിരുന്നുവെന്നും എന്നാൽ വലിയ സദസിനു മുമ്പിൽ അതിന്റെ നിർമ്മാണത്തെ കുറിച്ച് വിശദീകരിക്കാൻ പൊതുവേ നാണംകുണുങ്ങിയായ വോസ്നിയാക്ക് മടിക്കുകയായിരുന്നുവെന്നും പറയപ്പെടുന്നു. വലിയ പബ്ലിസിറ്റിയിലൊന്നും ശ്രദ്ധിക്കാതെ, പണമൊന്നും വാങ്ങാതെ തന്നെ നിർമ്മാണരീതി ആവശ്യക്കാർക്ക് പറഞ്ഞുകൊടുക്കാനായിരുന്നു വോസ്നിയാക്കിന് പദ്ധതി. ഇതിനിടെ ജോബ്സുമായുള്ള സംസാരമാണ് വഴിത്തിരിവായതും ആപ്പിൾ കമ്പനിയുടെ സ്ഥാപനത്തിലേക്കും കമ്പ്യൂട്ടർ വിൽപനയിലേക്കും വഴിതുറന്നതും. ജോബ്സ് നിർദ്ദേശിച്ചതനുസരിച്ചാണ് വോസ്നിയാക്ക്, കമ്പ്യൂട്ടർ നിർമ്മിച്ച് വിൽക്കാൻ തയ്യാറാവുന്നത്. എൻജിനീയറെന്ന നിലയിലല്ലാതെ എൻ്റ്രപ്രണെറെന്ന നിലയിലൊന്നും അറിയപ്പെടാനാഗ്രഹിക്കാത്ത വോസ്നി മനസില്ലാമനസോടെയാണ് ജോബ്സിന്റെ അഭിപ്രായത്തിന് സമ്മതം മുളിയത്.

വോസ്നിയാക്കിന്റെ നേരെ വിപരീത സ്വഭാവമായിരുന്നു ജോബ്സിന്. തന്റെ പേര് അംഗീകരിക്കപ്പെടണമെന്നും ബിസിനസിൽ നിന്ന് പണമുണ്ടാക്കണമെന്നും അദ്ദേഹം ആഗ്രഹിച്ചു. എന്നാൽ ബിസിനസ് തുടങ്ങിയാൽ എൻജിനീയറെന്ന നിലയിൽ തനിക്ക് ശോഭിക്കാൻ സമയം കിട്ടി

ആപ്പിൾ ഉത്പന്നങ്ങൾ പുറത്തിറക്കുന്ന ചടങ്ങിൽ, എല്ലാം പറഞ്ഞുതീർന്നുവെന്ന പ്രതീതി സൃഷ്ടിച്ച ശേഷം, 'വൺ മോർ തിങ്...' എന്ന് പറഞ്ഞ് സ്റ്റീവ് തുടരും. അങ്ങനെയാകും ആപ്പിളിന്റെ പുതിയ ഉത്പന്നമെന്തെന്നദ്ദേഹം ലോകത്തോട് വെളിപ്പെടുത്തുക.

ല്ലന്നായിരുന്നു വോസ്നിയാക്ക് ഭയന്നത്. ജോബ്സാണ് വോസിന്റെ ധാരണകളെ തിരുത്തിയത്.

എന്തായാലും സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് വ്യാപാരലോകത്ത് അസൂയ ഉളവാക്കുംവിധം തന്റേതായൊരു ഇടം നേടി. 'പതിറ്റാണ്ടിന്റെ സി.ഇ.ഒ.' ആയി ഫോർച്യൂൺ മാഗസിനും 'വേൾഡ്സ് ബെസ്റ്റ് പെർഫോമിങ് സി.ഇ.ഒ.' ആയി ഹാവാർഡ് ബിസിനസ്സ് റിവ്യൂവും 'പതിറ്റാണ്ടിന്റെ വ്യക്തി'യായി വാൾസ്ട്രീറ്റ് ജേണലും അദ്ദേഹത്തെ വിശേഷിപ്പിച്ചു. തൊണ്ണൂറുകളിലെ ആപ്പിളിന്റെ പ്രതിസന്ധികാലത്ത് സ്റ്റീവും കൂട്ടരും ഒരുക്കിയ 'Think different' കാമ്പയിൻ ആപ്പിളിന്റെ വൻമുന്നേറ്റത്തിനാണ് തുടക്കമിട്ടത്. വികാരത്തെ ടെക്നോളജിയിലേക്ക് ഇഴചേർത്ത പരസ്യപ്രചാരണരീതി ഏറെ ശ്രദ്ധിക്കപ്പെട്ടിരുന്നു.

കമ്പ്യൂട്ടറായാലും ഐ ഫോണായാലും ഒരു ആപ്പിൾ ഉത്പന്നം മനസിൽ ഭാവന ചെയ്യുന്നത് മുതൽ, അതിന്റെ പാക്കറ്റ് തയ്യാറാക്കുന്നതു വരെയും, അതിന്റെ പരസ്യം പൊതുജനങ്ങൾക്ക് മുമ്പാകെ അവതരിപ്പിക്കുന്നത് വരെയും സ്റ്റീവ് ശ്രദ്ധാലുവായിരുന്നു. കണിശതയിലും പ്രൊഫഷണലിസത്തിലും ഒരു മാനേജ്മെന്റ് വിദഗ്ദ്ധനും കഴിയാത്തത്ര വലിയ മികവാണ് ഇക്കാര്യത്തിൽ സ്റ്റീവ് കാട്ടിയത്. പക്ഷേ മാർക്കറ്റ് റിസർച്ചിൽ സ്റ്റീവ് ജോബ്സിന് താൽപര്യമില്ലായിരുന്നു. ഉപഭോക്താക്കളുടെ ഇഷ്ടങ്ങളെന്താണെന്ന് ചോദിച്ച് മനസിലാക്കി, അതിനനുസരിച്ച് ഉത്പന്നങ്ങൾ രൂപപ്പെടുത്താൻ അദ്ദേഹം ആഗ്രഹിച്ചില്ല.

ഒരു ആപ്പിൾ ഉത്പന്നത്തിന്റെ വിവിധ ഭാഗങ്ങൾ ചിട്ടപ്പെടുത്താനുള്ള ജോലി വ്യത്യസ്ത ഗ്രൂപ്പുകളായാകും ജോബ്സ് ഏൽപ്പിക്കുക. ഏത് ഉത്പന്നത്തിനായാണ് തങ്ങൾ ജോലിയെടുക്കുന്നതെന്ന് ജോലിക്കാർ അറിയുക ആ ഉത്പന്നം സ്റ്റീവ് പൊതുവേദിയിൽ അവതരിപ്പിക്കുമ്പോഴാകും.

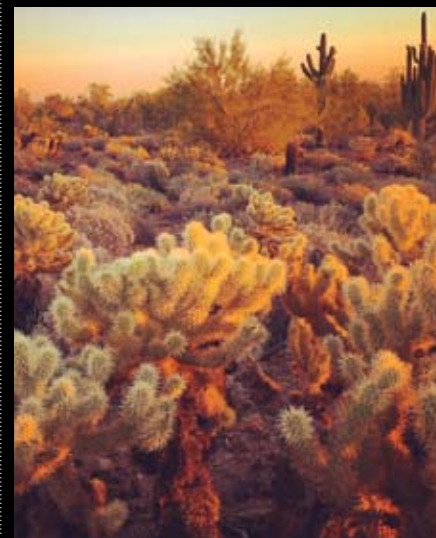
ഒരു ആപ്പിൾ ഉത്പന്നം പൊതുജനങ്ങൾക്ക് മുമ്പിൽ അവതരിപ്പിക്കുന്നതിന് വളരെ മുമ്പ് മാധ്യമങ്ങൾക്കും മറ്റും ആപ്പിളിന്റെ പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് വിഭാഗം ക്ഷണം അയയ്ക്കുക പതിവാണെങ്കിലും ഏത് ഉത്പന്നമാണ് അവതരിപ്പിക്കാൻ പോകുന്നതെന്ന് സൂചനയൊന്നുമുണ്ടാകില്ല. ഇതുകൊണ്ട് ഗുണം ആപ്പിളിനു തന്നെ, നാടെങ്ങും ആപ്പിൾ, അവതരിപ്പിക്കാൻ പോകുന്ന ഉത്പന്നമെന്തെന്ന് ചർച്ചകൾ ചൂടുപിടിക്കും. പ്രസ്തുത ഉത്പന്നത്തിന് വൻ പബ്ലിസിറ്റിയുമായി. ആപ്പിളിന്റെ റീട്ടെയ്ൽ സ്റ്റോറുകൾ തുടങ്ങാൻ സ്റ്റീവ് റിക്രൂട്ട് ചെയ്ത റോൺ ജോൺസൺ സ്വന്തം പേര് മറച്ചുപിടിച്ചാണ് പ്രവർത്തിച്ചിരുന്നത്, ഇതൊക്കെ ആപ്പിളിന്റെ രഹസ്യാത്മകതയുള്ള പ്രചാരണതന്ത്രങ്ങളിൽ ചിലതു മാത്രം.

ആപ്പിൾ ഉത്പന്നങ്ങൾ പുറത്തിറക്കുന്ന ചടങ്ങിൽ, എല്ലാം പറഞ്ഞുതീർന്നുവെന്ന പ്രതീതി സൃഷ്ടിച്ച ശേഷം, 'വൺ മോർ തിങ്...' എന്ന് പറഞ്ഞ് സ്റ്റീവ് തുടരും. അങ്ങനെയാകും ആപ്പിളിന്റെ പുതിയ ഉത്പന്നമെന്തെന്നദ്ദേഹം ലോകത്തോട് വെളിപ്പെടുത്തുക. രോഗത്തോട് തെല്ലും ഭയമില്ലാതെ, അമ്പത്തൊന്നാം വയസ്സിൽ, സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് കടന്നുപോയി, ആപ്പിൾ കമ്പ്യൂട്ടറും ഐഫോഡും ഐഫോണും ഐപാഡും ഐക്യുണുമെല്ലാം സമ്മാനിച്ച്, അസാധാരണമായ ഒരു ജീവിതാധ്യായം അവശേഷിപ്പിച്ചുകൊണ്ട്.

എസ്. ജെ. ടോം

shot on iphone6

താഴെക്കാണുന്ന ഫോട്ടോകൾ ഏതോ പ്രഫഷണൽ ഫോട്ടോഗ്രാഫറുടെ കയ്യാപ്പ് പതിഞ്ഞവയാണെന്നു കരുതിയെങ്കിൽ തെറ്റി. ആപ്പിൾ ലോകത്തെമ്പാടുമുള്ള ഐ ഫോൺ ഉപയോക്താക്കളെ അണിനിരത്തിക്കൊണ്ട് സംഘടിപ്പിച്ച shot on iphone6 ക്യാമ്പയിനിൽ നിന്നു തെരഞ്ഞെടുത്ത ചിത്രങ്ങളാണിവ. ഉൽപന്നത്തേയും അതിന്റെ പ്രത്യേകതകളെയും പ്രതിപാദിക്കുന്ന മുൻകാല പരസ്യങ്ങളിൽ നിന്നു തികച്ചും വ്യത്യസ്തമായി ഐ ഫോൺ ക്യാമറ കൊണ്ടെണ്ണെല്ലാം സാധിക്കും എന്നതിന്റെ ഒരു ദൃശ്യവൽക്കരണമായിരുന്നു shot on iphone6. ക്യാമ്പയിന്റെ ഭാഗമായി പ്രമോഷണൽ മെറ്റീരിയലുകളും ബിൽബോർഡുകളും കാമ്പസ്, ഫ്രാൻസ്, മലേഷ്യ, അമേരിക്ക എന്നിവിടങ്ങളുൾപ്പെടെ ലോകത്തെമ്പാടുമുള്ള സിറ്റികളിലും രാജ്യങ്ങളിലും സ്ഥാപിക്കപ്പെട്ടിരുന്നു.





മൂന്നു പതിറ്റാണ്ടിന്റെ വിജയക്കുതിപ്പ്

ദിവ്യ ജോസഫ്

കാലത്തിനു മായ്ച്ചു കളയാനാവാത്ത സ്നേഹത്തിന്റെ, സാഹോദര്യത്തിന്റെ തെളിവാണ് ജെലീറ്റ- കേരളത്തിലെ അറിയപ്പെടുന്ന പരസ്യ ഏജൻസി. തൊട്ടതിലെല്ലാം വിജയം കൈവരിച്ച ഒരു കമ്പനിയെന്നതിനേക്കാൾ ജെലീറ്റയെ വിശേഷിപ്പിക്കാനാവുക ഒരു കുടുംബമെന്നാണ്. അവിടെ മേലധികാരികളും തൊഴിലാളികളുമില്ല. കുടുംബത്തിന്റെ ഐശ്വര്യം വർദ്ധിപ്പിക്കാൻ, പേരു നിലനിർത്താൻ പ്രയത്നിക്കുന്ന ഓരോ അംഗങ്ങൾ. അലാവുദ്ദീനു ലഭിച്ച അത്ഭുത വിളക്കുപോലെയായിരുന്നില്ല ജെലീറ്റ പി.ടി ഏബ്രഹാമിനും സഹോദരങ്ങൾക്കും. പ്രശ്നങ്ങളും പ്രതിസന്ധികളും ചുഴലിക്കാറ്റായി തകർക്കാൻ ശ്രമിച്ചപ്പോഴും, കപ്പൽ മുങ്ങിത്താഴാതെ ഒരു കപ്പിത്താനെന്ന നിലയിൽ തന്റെ ഒപ്പമുള്ളവർക്ക് ആത്മവിശ്വാസം പകർന്നു നൽകി പ്രവർത്തിച്ചയാളാണ് പി.ടി. ഏബ്രഹാം എന്ന അവറാച്ചൻ. ഒന്നുമില്ലായ്മയിൽ നിന്നും എല്ലാം നേടിയെടുത്തതിന്റെ ഗർവ്വത്തോടെ ആ കണ്ണുകളിൽ തിളങ്ങിയത്- ഒരു പോരാളിയുടെ ആത്മവിശ്വാസവും നിശ്ചയദാർഢ്യവുമായിരുന്നു. ഇന്നാരേയും അസൂയപ്പെടുത്തുന്ന സാധാരണ മാനങ്ങൾ സ്വന്തമാക്കിയതിനു പിന്നിൽ കഷ്ടപ്പാടിന്റെ കൈയൊപ്പമുണ്ട്.. വേദനയുടെ നിശ്വാസങ്ങളുണ്ട്.. വിയർപ്പിന്റെ ഗന്ധമുണ്ട്.. ഏത് തളർച്ചയിലും സഹോദരങ്ങളുടെ താങ്ങും തണലും അവറാച്ചനു അന്നുമിന്നും ആശ്വാസമായിരുന്നു.

ലോകം ഇന്ന് അത്ഭുതം കുറിയ കണ്ണുകളോടെയാണു ജെലീറ്റയെ നോക്കിക്കാണുന്നത്. ഇന്നത്തെ അവറാച്ചനിലേക്കു എത്തിനില്ക്കുമ്പോഴും തിരിഞ്ഞു നോക്കുമ്പോൾ ഏബ്രഹാം സംതൃപ്തനാണ്. പൂർണ്ണ സംതൃപ്തൻ. ഒരു വിജയിയുടെ ചിരിയേക്കാളും ആ മുഖത്ത് മിന്നിമറഞ്ഞത് കൃത്യത്തോടെയോടുകൂടിയ മനസ്സമിതമായിരുന്നു. തന്നെ താനാക്കിയ ഈശ്വരനോടുള്ള കൃത്യത്തോടെ. മൂന്നു ദശാബ്ദം പിന്നിട്ട ജെലീറ്റ ഇന്ന് കേരളത്തിലെ തന്നെ തലമുതിർന്ന ഏജൻസികളിലൊന്നാണ്. പ്രമുഖരൂപങ്ങളുടെ നിരവധി ക്ലൈന്റുകൾ.. കോട്ടയത്തിന്റെ മണ്ണിൽ കിളിർത്തു പൊന്തിയ ജെലീറ്റ ഇന്നൊരു വടവുകുടമാണ്. ഇന്ത്യയുടെ തലസ്ഥാനം വരെ നീണ്ട വേരുകളുള്ള ഒരു വലിയ വൃക്ഷം.

ജെലീറ്റയുടെ ജനനം..

ജെലീറ്റ എങ്ങനെ പിറവിയെടുത്തു എന്നു ചോദിച്ചാൽ ആദ്യം നന്ദി പറയേണ്ടത് മലയാള സിനിമാ ലോകത്തോട് തന്നെയാണ്. സിനിമാ വ്യവസായത്തിൽ അറിയപ്പെടുന്ന ജൂബിലി പബ്ലിസിറ്റി എന്ന അച്ചിൽ നിന്നുതന്നെയാണ് ജെലീറ്റയും മലയാളക്കരയിൽ പിറവിയെടുത്തത്. സ്വന്തം സിനിമകളുടെ പരസ്യം മറ്റു കമ്പനികൾക്കു കൊടുക്കുന്നതിനു പകരം നമുക്ക് ചെയ്താലെന്താ



എന്ന ചോദ്യത്തിൽ നിന്നാണ് ജെലീറ്റയുടെ പിറവി തുടങ്ങുന്നത്. നാലു സഹോദരങ്ങളിൽ തലമുതിർന്ന ജോയ് തോമസാണ് ഈ ആശയം മുന്നോട്ടു വെച്ചത്. സ്വകാര്യ സ്ഥാപനത്തിൽ പിശി കളക്ടറായി ജീവിതം മുന്നോട്ടു നീക്കുന്നതിനിടയിലാണ് ഏബ്രഹാമിനെ സഹോദരൻ പരസ്യ കമ്പനിയുടെ ദൗത്യം ഏല്പിച്ചത്. കണക്കുകളുടെ കൃത്യതയ്ക്കു കർക്കിടയിലും തന്റെ യുളളിലെ സർഗ്ഗപ്രതിഭയെ പരിപോഷിപ്പിക്കാൻ കിട്ടിയ ദൈവത്തിന്റെ കൈ സഹായമായിരുന്നു ജേഷ്ഠന്റെ ആശയമെന്നു കാലം ഏബ്രഹാമിനു തെളിയിച്ചു കൊടുത്തു. 1985 ൽ വെറും ഒരു ലക്ഷം രൂപയുടെ മൂലധനവുമായി പരസ്യ ലോകത്തേക്കു ആദ്യ ചുവടുവെച്ചു. ജോയ് തോമസിന്റെ മകളുടെ പേരുതന്നെ കമ്പനിക്കും നൽകി. അങ്ങനെ മറ്റൊരു മകളായി ജെലീറ്റ ആ കുടുംബത്തിന്റെ ഭാഗമായി. ആദ്യ കാലങ്ങളിൽ സ്വന്തം സിനിമകൾക്കുവേണ്ടി മാത്രം പരസ്യം ചെയ്തിരുന്ന കമ്പനി പിന്നീട് മറ്റു സിനിമകൾക്കു വേണ്ടിയും പരസ്യങ്ങൾ ചെയ്തു തുടങ്ങി. അതോടെ വിവിധ പ്രോഡക്ടുകളുടെ പരസ്യങ്ങളും ജെലീറ്റയെ തേടിയെത്തി. പരസ്യത്തിൽ നിന്നും അന്നു കിട്ടിയ വരുമാനമെല്ലാം ജെലീറ്റയുടെ വളർച്ചയ്ക്കു മുതൽക്കൂട്ടാക്കി. ഒരു ലക്ഷം രൂപയിൽ നിന്നു തുടങ്ങിയ സ്ഥാപനം ഇന്ന് പല കോടികളുടെ ടേണോവറുള്ള കേരളത്തിലെ പരസ്യ കമ്പനിയാണ്. കോട്ടയത്തിന്റെ മണ്ണിൽ ആരംഭിച്ച ജെലീറ്റ പിന്നീട് എറണാകുളം, തിരുവനന്തപുരം, തൃശ്ശൂർ, കോഴിക്കോട്, ചെന്നൈ, ബാംഗ്ലൂർ, ഡൽഹി എന്നിവിടങ്ങളിലും ബ്രാഞ്ചുകൾ തുടങ്ങി.

പ്രതിസന്ധിയുടെ നൂൽപാലം..

ജെലീറ്റയുടെ ഇത്രയും നാളത്തെ പ്രവർത്തന കാലയളവു മുഴുവൻ ലാഭ പുസ്തകങ്ങളിൽ മാത്രം ഒതുങ്ങുന്നതല്ല. പലപ്പോഴും ഒരിഞ്ചുപോലും മുന്നോട്ടു പോകാനാവാതെ തരിച്ചു നിന്ന ഘട്ടങ്ങളും ഉണ്ടായിട്ടുണ്ട്. ഗുണ ദോഷങ്ങളുടെ സമീശ സങ്കലനമായിരുന്നു ആ നാളുകൾ. പല പേയ്മെന്റുകളും കിട്ടാൻ താമസിക്കുന്നതുമൂലം കമ്പനിയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ അവതാളത്തിലാകുന്ന അവസ്ഥ.. രാത്രി വൈകിയും ഓഫീസ് ക്യാബിനിൽ നാളെയെക്കുറിച്ചു ചിന്തിച്ചു നീറിയ നിമിഷങ്ങൾ.

ഓർമ്മകളുടെ ചാരക്കുമ്പാരത്തിൽ നിന്നും വേദനയുടെ കനൽത്തരികൾ ജ്വലിക്കുന്നത് ഏബ്രഹാമിന്റെ കണ്ണുകളിൽ കാണാമായിരുന്നു. “കമ്പനി വില്ക്കാൻ തീരുമാനിച്ചിരിക്കുകയാണെന്നു അറിഞ്ഞല്ലോ സർ, എന്ന ചോദ്യം ഒരുപാട് തവണ ഞാൻ നേരിട്ടിട്ടുണ്ട്. അങ്ങനെയൊന്നുമില്ല. ഇതു മുന്നോട്ടു തന്നെ കൊണ്ടുപോകുമെന്നു ഞാൻ ഉറപ്പിച്ചു പറഞ്ഞു. എന്നാൽ പല രാത്രികളിലും ഞാൻ ഉറങ്ങിയില്ല. ഒരു രാത്രി ഉറക്കം നഷ്ടപ്പെട്ട് എന്റെ മനസ്സിലെ ഭയം വിഭ്രാന്തിയായി രൂപംകൊണ്ടു.. ആത്മനിയന്ത്രണം നഷ്ടപ്പെട്ട് ഞാൻ എന്റെ കട്ടിലിനടിയിൽ ഒളിച്ചിരുന്നു. ഇന്നതെല്ലാം ഓർക്കുമ്പോൾ ചിരിതോന്നും. പക്ഷേ അന്നു ആനുഭവി

ച്ചതൊക്കെ വലിയ പാഠങ്ങളായിരുന്നു” - ഏബ്രഹാം ഓർക്കുന്നു. ഇങ്ങനെ പല അനുഭവങ്ങൾ, പ്രതിസന്ധികൾ തുറിച്ചു നോക്കി നിന്നിരുന്നു.. ഇപ്പോഴെല്ലാം അവസാനിക്കുമെന്നു തോന്നിയ നിമിഷങ്ങൾ. എന്നാൽ എല്ലായ്പ്പോഴും ഒരു ദിവ്യ ശക്തിയാൽ പ്രശ്നം പരിഹരിക്കപ്പെടുന്നു- ഒരു വഴിയല്ലെങ്കിൽ മറ്റൊരു വഴിയേ. ദൈവം കാണിച്ചു തന്ന വഴിയാണതെല്ലാമെന്നു ഏബ്രഹാം വിശ്വസിക്കുന്നു. അതേ വിശ്വാസമാണ് ഇന്നും അദ്ദേഹത്തിനു മുതൽക്കൂട്ടായുള്ളത്. “ദൈവത്തിന്റെ അനുഗ്രഹം ഒന്നുകൊണ്ടു മാത്രമാണ് ഇന്നും നമ്മളിവിടെ നിലകൊള്ളുന്നത്.” തനിക്ക് മുകളിലുള്ള ഈശ്വര സാന്നിധ്യത്തെ വണങ്ങിക്കൊണ്ട് അദ്ദേഹം പുഞ്ചിരിച്ചു.

ജെലീറ്റയുടെ വിജയക്കൂട്ട്.

മൂന്നു പതിറ്റാണ്ടായി നിലനില്ക്കുന്ന ജെലീറ്റ പല പരസ്യ കമ്പനികളുടേയും വളർച്ചയ്ക്കും തളർച്ചയ്ക്കും സാക്ഷ്യം വഹിച്ചിട്ടുണ്ട്. കഴിഞ്ഞ കാലങ്ങളെ അപേക്ഷിച്ചു പരസ്യ മേഖലയിൽ മത്സരങ്ങൾ നാൾക്കുനാൾ മൂറുകി വരുന്നെങ്കിൽക്കൂടി തങ്ങളുടെ നയങ്ങളോ ആശയങ്ങളോ ഉപേക്ഷിച്ചുകൊണ്ടുള്ള ഒരു ലാഭത്തിനും തങ്ങളില്ലെന്നു പലവട്ടം തെളിയിച്ചതാണ് ജെലീറ്റ. സത്യസന്ധത

“കമ്പനി വില്ക്കാൻ തീരുമാനിച്ചിരിക്കുകയാണെന്നു അറിഞ്ഞല്ലോ സർ, എന്ന ചോദ്യം ഒരുപാട് തവണ ഞാൻ നേരിട്ടിട്ടുണ്ട്. അങ്ങനെയൊന്നുമില്ല. ഇതു മുന്നോട്ടു തന്നെ കൊണ്ടുപോകുമെന്നു ഞാൻ ഉറപ്പിച്ചു പറഞ്ഞു. എന്നാൽ പല രാത്രികളിലും ഞാൻ ഉറങ്ങിയില്ല.”



യും സുതാര്യതയുമാണ് തങ്ങളുടെ മുഖമുദ്രയെന്നു പി.ടി എബ്രഹാം പറയുന്നു. ആരുമായുള്ള ബിസിനസ്സിലും നേർവഴിയിലൂടെയുള്ള ഇടപാടുകളാണ് ജെലീറ്റയെ ഇന്നും നിലനിർത്തിപ്പോരുന്നത്. പരസ്യ കമ്പനികൾക്കിടയിലെ കിടമത്സരങ്ങൾക്കിടയിൽ പലപ്പോഴും പല കമ്പനികൾക്കും വിട്ടുവീഴ്ചകൾ ചെയ്യേണ്ടിവരുന്നു. എന്നാൽ കമ്പനിയുടെ മൂല്യങ്ങളും നയങ്ങളും മറന്നുള്ള ഒരു വിട്ടുവീഴ്ചയ്ക്കും ജെലീറ്റ തയ്യാറാവാത്തതിനാലാണ് ഇന്നും പരസ്യ മേഖലയിൽ സ്ഥിരസാന്നിധ്യമായി ജെലീറ്റ നിലകൊള്ളുന്നത്. ബിസിനസ്സിൽ ഇന്നും തുടർന്നു പോരുന്ന സുതാര്യതയാണ് തന്റെ വിജയ രഹസ്യമെന്നു അദ്ദേഹം എടുത്തുപറയുന്നു.

ജെലീറ്റയുടെ ജീവശാസമാണ് ജീവനക്കാർ. സ്വന്തം കമ്പനിയുടെ അഭിവൃദ്ധിക്കു വേണ്ടി ഓരോ നിമിഷവും പ്രയത്നിക്കുന്ന ജീവനക്കാരോട് തുറന്ന സമീപനമാണ് മാനേജ്മെന്റിനുള്ളതെന്നു പി.ടി. എബ്രഹാം പറയുന്നു. ജീവനക്കാർക്ക് അവരുടെ പ്രശ്നങ്ങൾ ധൈര്യത്തോടെ പങ്കുവെയ്ക്കാനുള്ള അവസരം ലഭ്യമാകുന്നു. ജെലീറ്റയുടെ തുടക്കം മുതൽ സ്ഥാപനത്തിൽ ജോലി ചെയ്യുന്നവർ ഇന്നും അതേ കൂടത്തണലിൽ നില്ക്കുന്നു. ജെലീറ്റയുടെ വളർച്ചയെന്നാൽ അത് ജീവനക്കാരുടേയും വളർച്ചയാണ്. അർപ്പണ മനോഭാവമുള്ള ഒരുപറ്റം ജീവനക്കാരും അവർക്കൊപ്പം നില്ക്കുന്ന മാനേജ്മെന്റുമാണ് ജെലീറ്റയുടെ ശക്തി. ഒരു കറിക്കുട്ടിലെ ചേരുവകൾ അളവിനു ചേർക്കുമ്പോഴാണ് വിഭവം രുചികരമാകുന്നത്. മറ്റൊരാൾ വ്യവസായങ്ങളേയും പോലെതന്നെ പരസ്യ കമ്പനികൾക്കും ഇത് ബാധകമാണ്. എല്ലാ കുട്ടികളും ചേരുംപടി ചേർത്ത് പ്രവർത്തിക്കുന്നു എന്നതാണ് ജെലീറ്റയുടെ വിജയ രഹസ്യം. ഒപ്പം എല്ലാ പ്രതിസന്ധിഘട്ടങ്ങളും തരണം ചെയ്യാൻ ആത്മധൈര്യം തരുന്ന ദൈവത്തിന്റെ അനുഗ്രഹവും.

പരസ്യ വിപണിയിൽ നിന്നുണ്ടായ അനുഭവങ്ങൾ എന്തൊക്കെയാണ്?

ഇന്നത്തെ പരസ്യ വിപണി മാറ്റങ്ങൾക്കൊപ്പം നടന്നു നീങ്ങുകയാണ്. ലോകത്തിലെ മാറ്റങ്ങൾ ആദ്യം പ്രതിഫലിക്കുന്ന മേഖലയാണ് പരസ്യ മേഖല. എല്ലാത്തരം മാറ്റങ്ങളും ജനങ്ങൾ അറിയുന്നത് ഇതേ പരസ്യങ്ങളിലൂടെയാണ്. അതിനാൽ



കൂടുതൽ ട്രെൻഡിയാവുകയാണ് പരസ്യങ്ങൾ. ഞങ്ങളും കാലത്തിന്റെ മാറ്റത്തിനനുസരിച്ച് ട്രെൻഡിയാവുകയാണ്. ജെലീറ്റ ഇന്നു പുതിയ മാറ്റങ്ങളുമായി മുന്നോട്ടു നീങ്ങുകയാണ്. കാലത്തിനൊപ്പം മാറിമറിയുന്ന താല്പര്യങ്ങൾക്കും, ഇഷ്ടങ്ങൾക്കുമൊപ്പം നീങ്ങുന്ന പരസ്യ കമ്പനികൾക്കേ ഇന്നു വിജയമുള്ളൂ.

ക്രിയേറ്റീവ് ആയ ഒരു മേഖലയാണിത്. അതിനാൽ തന്നെ വളരെയധികം താല്പര്യത്തോടെയും ഇഷ്ടത്തോടെയുമാണ് പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. ശരിക്കുമൊരു ട്രെൻഡി ബിസിനസ്സ് എന്നു തന്നെ പറയാം. പക്ഷേ, ഇരുപത്തിനാലു മണിക്കൂറും ജോലി ചെയ്യാനുള്ള മനസ്സുണ്ടാകണം. എങ്കിൽ വലിയ നേട്ടങ്ങൾ കൈയാൻ നമുക്ക് സാധിക്കും. ഈ മേഖലയിൽ ജോലി ചെയ്യുന്നവരും ഇതിനോട് താല്പര്യമുള്ളവരും പ്രഫഷണലിസത്തോടെ കാര്യങ്ങളെ സമീപിക്കാൻ കഴിവുള്ളവരായിരിക്കണം. എങ്കിലേ നമുക്ക് വിജയിക്കാൻ സാധിക്കൂ. പരസ്യ മേഖലയിലെ മറ്റൊരു പ്രത്യേകത എന്നു പറയുന്നത്, ലാഭം കുറവാണെങ്കിലും നമ്മൾ മറ്റുള്ളവർക്കിടയിൽ അറിയപ്പെടും. അത് നമുക്കൊരു ഗ്രഹമാണ്.

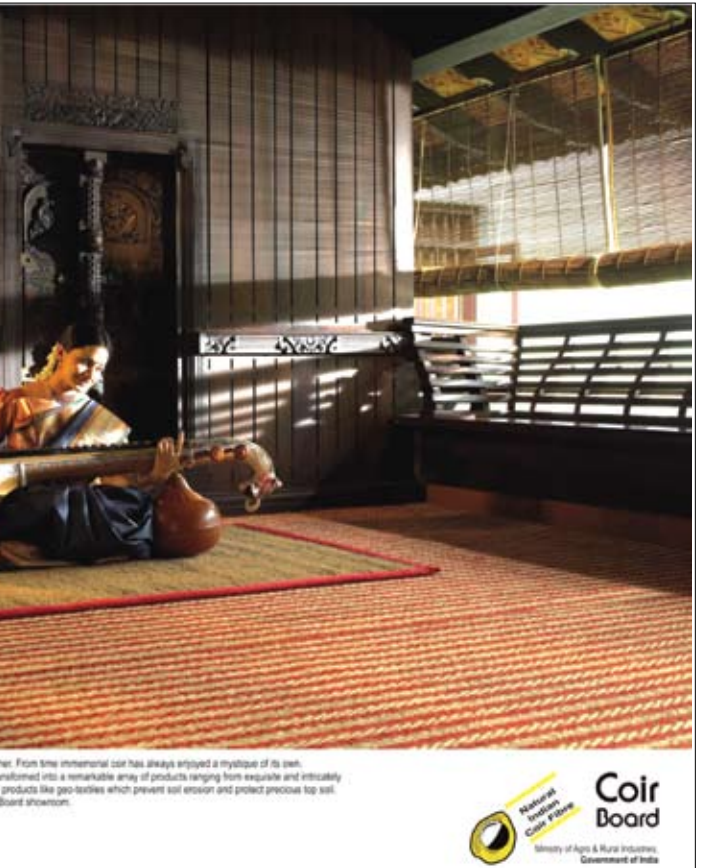
ഇത്രയും കാലം കഴിഞ്ഞിട്ടും ഇപ്പോഴും നമ്മൾ കൊടുത്ത പരസ്യം പത്രത്തിൽ വരുന്നത് കാണാൻ വലിയ ആകാംക്ഷയാണ്. ചില ദിവസങ്ങളിൽ പേപ്പർ ആദ്യം കൈയ്യിൽ കിട്ടാൻ വേണ്ടി ഗെയിറ്റിനു മുന്നിൽ പോയി നില്ക്കും. വാർത്തകൾക്കു മുൻപേ ജെലീറ്റ ചെയ്ത പരസ്യങ്ങളാണ് ഞാൻ നോക്കുന്നത്. അതുപോലെ ക്ലൈന്റുകൾ നമുക്ക് നല്കുന്ന ആത്മവിശ്വാസവും വളരെ വലുതാണ്. ആരെക്കൊണ്ടും മോശം എന്നു പറയിപ്പിക്കാതെ നല്ല രീതിയിലാണ് നമുക്ക് കിട്ടുന്ന വർക്കുകൾ ചെയ്തു കൊടുക്കുന്നത്. അത്രയ്ക്കു പരിശ്രമിച്ചു ജോലി ചെയ്യുമ്പോൾ കിട്ടുന്ന അഭിനന്ദനങ്ങൾ വളരെ വിലപിടിച്ചതാണ്. അത്തരം വാക്കുകളിൽ നിന്നും കിട്ടുന്ന ഊർജ്ജം വലുതാണ്.

ഇന്നത്തെ പരസ്യ വിപണി മാറ്റങ്ങൾക്കൊപ്പം നടന്നു നീങ്ങുകയാണ്. ലോകത്തിലെ മാറ്റങ്ങൾ ആദ്യം പ്രതിഫലിക്കുന്ന മേഖലയാണ് പരസ്യ മേഖല. എല്ലാത്തരം മാറ്റങ്ങളും ജനങ്ങൾ അറിയുന്നത് ഇതേ പരസ്യങ്ങളിലൂടെയാണ്.

താണ്. ആരെക്കൊണ്ടും മോശം എന്നു പറയിപ്പിക്കാതെ നല്ല രീതിയിലാണ് നമുക്ക് കിട്ടുന്ന വർക്കുകൾ ചെയ്തു കൊടുക്കുന്നത്. അത്രയ്ക്കു പരിശ്രമിച്ചു ജോലി ചെയ്യുമ്പോൾ കിട്ടുന്ന അഭിനന്ദനങ്ങൾ വളരെ വിലപിടിച്ചതാണ്. അത്തരം വാക്കുകളിൽ നിന്നും കിട്ടുന്ന ഊർജ്ജം വലുതാണ്.

ഇന്നത്തെ പരസ്യ വിപണി എങ്ങനെയാണ്?

ഞങ്ങൾ ജെലീറ്റ തുടങ്ങിയ സമയത്ത് കേരളത്തിൽ പരസ്യ ഏജൻസികൾ വന്നു തുടങ്ങുന്നതേയുണ്ടായിരുന്നുള്ളൂ. അതുകൊണ്ട് അവസരങ്ങൾ അധികമുണ്ടായിരുന്നു. എന്നാൽ ഇന്നത്തെ സ്ഥിതി വ്യത്യസ്തമാണ്. കേരളത്തിൽ തന്നെ നിരവധി പരസ്യ ഏജൻസികളാണ് കൂണുകൾപ്പോലെ പൊട്ടി മുളയ്ക്കുന്നത്. ഇത് പരസ്യ ഏജൻസികൾ തമ്മിൽ മത്സരം സൃഷ്ടിക്കും. തീർത്തും അനാരോഗ്യകരമായ മത്സരമാണ് ഇന്നു പരസ്യ മേഖലയിൽ കണ്ടുവരുന്നത്. പ്രത്യേകിച്ചും ഇതൊരു ഗ്ലാമർ മേഖലയായതുകൊണ്ട് മത്സരം വളരെ കടുത്തതാണ്. ആരോഗ്യകരമായ മത്സരങ്ങളാണ് ഇവിടെയുണ്ടാകേണ്ടത്. പക്ഷേ, താല്ക്കാലിക ലാഭത്തിനായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന പ്രഫഷണലുക



ളുടെ എണ്ണവും വർദ്ധിച്ചു വരുന്നുണ്ട്. ക്രിയാത്മകതയ്ക്കോ, ഭാവനയ്ക്കോ ചെറിയ സംരംഭകർക്കിടയിൽ ഇന്നു വലിയ സാധ്യതയില്ല. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ചെറിയ ക്ലൈന്റുകളെ നിലനിർത്താൻ പലപ്പോഴും പ്രഫഷണലുകൾ അവരുടെ കഴിവുകളെ അടിയറവു വെയ്ക്കുകയാണ്. ഇത് മാറണം. സർഗ്ഗാത്മകതയ്ക്കും ഭാവനയ്ക്കും പ്രധാനം കൊടുത്ത് വർക്കുകൾ ചെയ്യുകയാണ് വേണ്ടത്. ഇന്നു ക്ലൈന്റുകൾ നമ്മളേക്കാൾ ബോധവാൻമാരാണ്. വളരെ ചെറിയ മാർജിനു വേണ്ടി പ്രവർത്തിക്കുന്നതിനാൽ പല പരസ്യ ഏജൻസികളുടേയും ഭാവി പ്രതിസന്ധിയിലാണ്.



'റാപ്പാ' അവാർഡുകൾ ഉൾപ്പെടെ 50 ൽ അധികം അവാർഡുകൾ ജെലീറ്റയെ തേടി എത്തിയിട്ടുണ്ട്.

Media Buying

മത്സരാധിഷ്ഠിത മാർക്കറ്റിൽ പിടിച്ചു നിൽക്കാൻ പരസ്യങ്ങളുടെ സഹായം കൂടിയേ തീരൂ. എന്നാൽ, പരസ്യങ്ങൾ എവിടെ, എപ്പോൾ, എങ്ങനെ അവതരിപ്പിക്കുന്നു എന്നതിനെ ആശ്രയിച്ചാവും പരസ്യദാതാവിന്റെ നിലനിൽപ്പ്. മാർക്കറ്റ് റിസേർച്ചിൽ ഊന്നിയുള്ള വ്യക്തമായ പദ്ധതികളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് ഇന്ന് പല പരസ്യങ്ങളും ജനങ്ങൾക്കു മുന്നിലെത്തുന്നത്. ഇത്തരം പ്ലാനിംഗുകളിൽ പ്രധാനപ്പെട്ട ഒന്നാണ് മീഡിയ ബെയ്യിംഗ്. ഒരു പരസ്യം ഏതെല്ലാം മീഡിയകളിലാണ് നൽകേണ്ടത്, ഏത് സമയത്താണ് കൊടുക്കേണ്ടത്, ലാഭകരമായി മീഡിയയിൽ എങ്ങനെ പരസ്യങ്ങൾ നൽകാം, ഏതു കാറ്റഗറിയിലുള്ള ആളുകളിലേക്കാണ് പരസ്യങ്ങൾ എത്തുന്നത് എന്നീ ചോദ്യങ്ങൾക്കുള്ള ഉത്തരമാണ് മീഡിയ ബെയ്യിംഗ്. വ്യക്തമായ പഠനങ്ങൾക്കും വിശകലനങ്ങൾക്കും ശേഷം ബെയ്യിംഗ് ഏജൻസികൾ തന്നെ ഓരോ പരസ്യങ്ങൾക്കും ഇണങ്ങുന്ന മീഡിയകൾ ലാഭകരമായി തെരഞ്ഞെടുത്തു നൽകുന്നു.

Factor M

കേരളത്തിൽ മീഡിയ പ്ലാനിംഗ് ആന്റ് ബെയ്യിംഗ് ഏജൻസികളുടെ ആവശ്യകത വർദ്ധിച്ചു വരുന്നതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ജെലീറ്റയും ഒരു ചുവട് മുന്നോട്ടുവെയ്ക്കുന്നു. അതാണ് ഫാക്ടർ എം എന്ന പുതിയ സംരംഭം. ടി.വി.എസ്, ഡെൽ, റെനോൾഡ്സ്, എം.ആർ.എഫ്, മലബാർ ഗോൾഡ് തുടങ്ങി നിരവധി കമ്പനികൾക്കുവേണ്ടി സ്റ്റാറ്റജിക് ക്യാംപെയിൻ നടത്തിയ അനുഭവസമ്പത്ത് ഉള്ളവരാണ് ഈ പുതിയ സംരംഭത്തിന് സാരഥ്യം വഹിക്കുന്നത്. മാർക്കറ്റ് മാപ്പിംഗ്, ബെഞ്ച്മാർക്കിംഗ് കോമ്പറ്റീഷൻ, ചാനൽ കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ പ്ലാനിംഗ്, മീഡിയ ബെയ്യിംഗ്, ഇനവേഷൻസ് എന്നിവ ഫാക്ടർ എം-ന്റെ സേവനങ്ങളിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ക്ലൈന്റുകൾ മുടക്കുന്ന പണത്തിനു പുറമെ മുഖ്യം ലഭിക്കുവാൻ, മികച്ച രീതിയിൽ തങ്ങളുടെ പരസ്യങ്ങൾ വിനിയോഗിക്കുവാൻ ഫാക്ടർ.എം സഹായിക്കുന്നു. A.B.C., I.R.S., TAM, MAP 30, Adex, Comscore Data എന്നിവയിൽ നിന്നും ലഭിക്കുന്ന വിവരങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് ഫാക്ടർ. എം മീഡിയകൾ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്. പരസ്യങ്ങൾക്കു സ്പേസ് വാങ്ങി നൽകുന്നതുപോലെ തന്നെ മാർക്കറ്റിലെ മറ്റു മത്സര കേന്ദ്രങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള ഗഹനമായ പഠനങ്ങളും ഈ മീഡിയ ബെയ്യിംഗ് ഏജൻസി ക്ലൈന്റുകൾക്കു വേണ്ടി നടത്തുന്നുണ്ട്.

എന്റെ ചുവടുകൾ എന്റെ അഭിമാനം

Art No. 3071 MRP ₹. 449.00

Art No. 8410 MRP ₹. 239.00

Art No. 128 MRP ₹. 199.00

Art No. 134 MRP ₹. 239.00

VKC pride For the whole family

VKC Group Marketing Division, VKC Tower, NH 17, Kozhikode - 673 655. Ph:9526 221100 www.vkcgroup.com

പരസ്യ വിപണി നേരിടുന്ന മറ്റൊരു പ്രശ്നം പണമാണ്. നമ്മൾ പരസ്യത്തിനു ചിലവാക്കുന്ന തുകയ്ക്ക് ആനുപാതികമായ വരുമാനം ലഭിക്കുന്നില്ല. ക്രിയേറ്റീവ് വർക്കും റിലീസിംഗും ഒരേ പരസ്യ കമ്പനികൾ തന്നെ ചെയ്യുന്നത് വലിയ നഷ്ടമാണ് വരുത്തി വെക്കുന്നത്. അതുകൊണ്ടു തന്നെ ഇന്ന് മിക്ക പരസ്യ ഏജൻസികളും ഇവയിൽ ഏതെങ്കിലുമൊന്നു മാത്രമേ ഏറ്റെടുത്തു ചെയ്തു കൊടുക്കുന്നുള്ളൂ. ഇന്ന് ബെയ്യിംഗ് ഏജൻസികൾ പരസ്യ മേഖലയിൽ സ്ഥാനം പിടിച്ചിരിക്കുകയാണ്. ക്ലൈന്റുകൾക്ക് ഇവരെ സമീപിച്ചാൽ കൂടുതൽ ലാഭത്തിൽ തങ്ങളുടെ പരസ്യങ്ങൾ മാധ്യമങ്ങളിൽ അവതരിപ്പിക്കാൻ കഴിയും. ഇപ്പോൾ ബെയ്യിംഗ് ഏജൻസികളും പരസ്യ മേഖലയെ സ്വാധീനിക്കുന്ന വിഭാഗമായി മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. ബെയ്യിംഗ് ഏജൻസികളുടെ പ്രാധാന്യം മനസിലാക്കി ജെലീറ്റയും ‘ഫാക്ടർ.എം’ എന്ന ഒരു ബെയ്യിംഗ് ഏജൻസിയ്ക്കു തുടക്കമിട്ടിട്ടുണ്ട്.

പി.ടി. ഏബ്രഹാമിനൊപ്പം ജെലീറ്റയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഒപ്പമുള്ളവരാണ് സഹോദരങ്ങളായ ജോയ് തോമസ്, ജിമ്മി തോമസ്, സജി തോമസ് എന്നിവർ. വളർച്ചയുടെ പടവുകൾ ഒന്നൊന്നായി താണ്ടുമ്പോൾ പ്രോത്സാഹനമായി ഓരോ വർഷവും നിരവധി അവാർഡുകൾ തേടിയെത്തുന്നു. ഇന്ന് ജെലീറ്റ ഡിജിറ്റൽ മീഡിയയിലും തങ്ങളുടെ സാന്നിധ്യം മറിയിച്ചു കഴിഞ്ഞു. പുതുതായി ആരംഭിക്കുന്ന ഫ്ളവേഴ്സ് ചാനലിന്റെ ക്യാംപെയിൻ റിലീസുകളും ഏറ്റെടുത്തു നടത്തുന്നത് ജെലീറ്റയുടെ സാരഥ്യത്തിലാണ്. ജെലീറ്റ എന്ന പരസ്യ കമ്പനി കൂടാതെ ഓട്ടോമൊബൈൽസ്, ഫിനാൻസ് എന്നീ ബിസിനസ്സ് മേഖലകളിലും സാന്നിധ്യം സൂക്ഷിക്കുകയാണ് ഈ നാലു സഹോദരന്മാരും.. ഉയർച്ചയുടെ പടവുകൾ താണ്ടുവാൻ വർദ്ധിത വീര്യത്തോടെ...



Kerala Gold Trade – Time for rationalization of VAT by the State Government

A dealer or any of their new branches / units can opt for the Composition Scheme only after undertaking the business and paying VAT under normal scheme of 5% for at least a period of one year.

Two things that make a striking impression on any visitor to Kerala are the rich natural beauty of the “God’s Own Country” and the never-ending stream of jewellery stores across the state. It is of no surprise that the State Government has heavily banked on both— tourism and the gold industry – for revenue. While the travel and tourism sector has made a name for itself nationally and internationally thanks to the beautiful backwaters, natural greenery and exemplary hospitality, Kerala’s gold industry is frequently in the news for other reasons.

Kerala’s penchant for gold makes it one of the highest per-capita gold consumption states in India. However, the gold industry in Kerala is in turmoil for the last couple of years mainly due to restrictions on gold imports, increased custom duties and having the highest rate of Value Added Tax (VAT) in the country. The present VAT rate of 5% on the sale of gold has become a dreadful experience for both gold retailers and consumers in Kerala.

The VAT rate was increased from 1% to 4% in the year 2006 and subsequently increased to 5%. The then Finance Minister of Kerala cited wide spread evasion of tax and low mobilization of revenue from the gold sector, as the reason for charging VAT at such an exorbitant rate. The Finance Minister’s apprehension was not without any legitimate cause. The reported turnover of gold sales in the state was around INR 10,000 crores in the year 2005-06 and the potential tax revenue, even if charged at 1% should have been INR 100 crores. But the actual VAT collected in the same year by the State Government was only INR 21 crores and so the government decided that it was time for a revision in the VAT rate.

The government’s move to set right low VAT collections by increasing the VAT rate to 5% does not appear to have met with the expected success and it would seem that the trouble with low VAT mobilization on gold sale continues. To give a perspective, the gold industry in Kerala speculates that the overall gold business turnover in Kerala for the year 2013-14 is somewhere in the range of INR 70,000 to INR 80,000 crores. However, VAT collections were estimated at a meagre INR 471 crores for the year 2013-14, which works out to less than 1% of the speculated revenue in spite of the VAT rate being as high as 5%.



Apart from ineffective revenue collection for the government, the high rate of VAT can also result in customers preferring adjoining states for purchase of gold, as all of Kerala's neighbouring states – i.e., Karnataka, Andhra Pradesh and Tamil Nadu – charge VAT at the rate of 1% on sale of gold. Accordingly, the consumer base migration to other states would definitely and adversely affect the gold trade in Kerala, resulting in a decline of gold business in Kerala. As per industry sources, the gold business has plummeted in Kerala by 30 to 40% in the last couple of years due to higher gold price – for which the primary reason is understood to be the high VAT rate of 5%.

The gold trade in Kerala is also going through more heart-burn by opting for the Composition Scheme under the Kerala VAT legislation for payment of VAT on sale of gold. A gold and jewellery dealer under the Kerala VAT Act can pay VAT under the Composition Scheme based on a defined fixed percentage of the VAT paid in the previous year. At present, dealers opting for the scheme have to pay VAT at 150% of the previous year's VAT (VAT paid or payable under the normal scheme at the rate of 5%) in the first year of the composition scheme and subsequently at 115% to 125% of the previous year's VAT, based on their turnover and the number of years spent under the Composition Scheme. A dealer or any of their new branches / units can opt for the Composition Scheme only after undertaking the business and paying VAT under normal scheme of 5% for at least a period of one year. Even though dealers are required to pay VAT under the Composition Scheme in the aforementioned manner, they can only charge and collect VAT from their customers at a fixed percentage of 1.15% to 1.25% of the current year's turnover irrespective of the actual VAT paid to the State Government. Further, dealers who opt for the Composition Scheme are not eligible for any input VAT credit.

The Composition Scheme was introduced in the year 2006 with the intention of providing an alternate VAT payment option to gold dealers who were facing the heat of a high VAT rate (at 5%) and was expected to bring about relief to the gold trade and offer better prices to the consumers. However, the Composition Scheme has been designed in a very discouraging manner with the VAT payable pegged to previous year VAT paid amount and the collection from consumers linked to the current year turnover. This difference in computation mechanism for payment and collection of VAT causes a distortion in the flow of VAT and dealers usually end up paying more tax to the State Government (out of their pockets) than they are allowed to collect from the consumers.

The present Composition Scheme for the gold trade only makes mathematical sense in an abnormally steep upward business growth scenario coupled with an increase in the gold rates and such growth rate has to



be maintained year-on-year for the Composition Scheme to make business sense – i.e. for an opting dealer to be able to recover/collect VAT from customers that is in line with what is actually being paid to the exchequer under the Composition Scheme. In cases of stagnant or declining turnover or reduced gold prices, the Composition Scheme will severely hurt and punish gold dealers as the VAT to be paid to the State Government will be compounding in the range of 115% to 125% of the previous year's VAT, but the recovery from consumers will stay constant at 1.15% or 1.25% of the current year's turnover. While the VAT payable to the government increases year-on-year, the VAT that can be collected from consumers would decline, or at best remain flat. The burden for the differential VAT falls squarely on gold dealers, burning a hole in their pockets.

The above reasons of high VAT rate and an un-manageable Composition Scheme is not only giving a hard time to the exchequer and the industry but would also have socio-economic implications on employment of artisans and store-front employees and investments into the State of Kerala.

The major jewellers and trade associations in Kerala have made representation to the State Government in the past to re-consider the VAT rate on gold and have requested for reduction of the VAT rate to 1% or payment of VAT under the Composition Scheme based on the current turnover. The State Government is yet to act on the matter. Given the downturn in the Kerala gold market, it is imperative that the State Government takes cognizance of the issues faced by gold industry and reduce the VAT rate on sale of gold to 1% or enable payment of VAT under Composition Scheme based on the current turnover before the downturn manifests into a bigger calamity.

The State Budget 2015 offers a very good opportunity for the Kerala State Government to set right the tax policies on gold trade and bring back the lustre to the industry in Kerala.

By,

**KT Chandy - Partner, EY. Abraham Kuruvilla - Partner, EY
Deepak V - Director, EY (Views are personal)**



പരസ്യരംഗത്തെ കരിയർ

പരസ്യത്തിന്റെ സ്വാധീനം ദിനംപ്രതി വർദ്ധിച്ചു വരുന്ന സമൂഹത്തിലാണ് ഇന്നു നാം ജീവിക്കുന്നത്. അതിനാൽ തന്നെ പരസ്യമേഖലയിൽ നിരവധി തൊഴിലവസരങ്ങളാണ് സൃഷ്ടിക്കപ്പെടുന്നത്. പരസ്യകല തൊഴിലാക്കി മാറ്റാൻ പരിശീലനത്തോടൊപ്പം, ഉപയോക്താവിന്റെ മനഃശാസ്ത്രം മുൻകൂട്ടി പഠിക്കാനുള്ള കഴിവ്, സർഗ്ഗാത്മകത, ആശയവിനിമയ വൈദഗ്ദ്ധ്യം, ഭാഷാ പ്രാവീണ്യം, സമൂഹത്തിലെ പുതിയ മാറ്റങ്ങൾ പെട്ടെന്നു മനസ്സിലാക്കാനുള്ള കഴിവ്, നല്ല വ്യക്തിത്വം, ആകർഷകമായ പെരുമാറ്റം, കഠിനാധ്വാനം ചെയ്യാനുള്ള ശേഷി തുടങ്ങിയ ഗുണങ്ങൾ ഉള്ളവർക്കു പരസ്യരംഗത്തെ വിവിധ മേഖലകളിൽ പ്രവർത്തിക്കാൻ കഴിയും. അഡ്മിനിസ്ട്രേറ്റീവ് കമ്പനികളിലും മീഡിയ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പരസ്യവിഭാഗങ്ങളിലും ആകർഷകമായ പ്രതിഫലത്തോടെ ജോലി ലഭിക്കുവാൻ പരിശീലനം സിദ്ധിച്ചവർക്കു ബുദ്ധിമുട്ടുണ്ടാവില്ല. പ്രതമായുമങ്ങൾക്കു പുറമേ ഇന്നു ദൃശ്യശ്രവ്യമങ്ങളിലും പരസ്യത്തിന്റെ സ്വാധീനം വളരെയധികം വർദ്ധിച്ചു വരുന്നതിനാൽ വിഷയലൈസർ, ആർട്ട് ഡയറക്ടർ എന്നീ മേഖലകളിൽ പ്രതിഭാധനരായ ആളുകൾക്കു വളരെയധികം സാധ്യതകളാണുള്ളത്.

പരസ്യലോകത്ത് ആർട്ട് ഡയറക്ടർ, വിഷയലൈസർ എന്നീ സ്ഥാനങ്ങളിൽ ശോഭിക്കാൻ താല്പര്യപ്പെടുന്നവർ ബി.എഫ്.എ (Bachelor of Fine Arts) എന്ന ബിരുദ കോഴ്സാണ് തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്. ഉപരിപഠനത്തിനായി ബിരുദാനന്തര ബിരുദ കോഴ്സായി എം.എഫ്.എ. (Master of Fine Arts) യും ഉണ്ട്. ബി.എഫ്.എയുടെ കാലാവധി നാലു വർഷവും, എം.എഫ്.എയുടേത് രണ്ടു വർഷവുമാണ്. പ്ലസ് ടു പാസായവർക്കും തത്തുല്യ യോഗ്യതയുള്ളവർക്കും ബി.എഫ്.എ കോഴ്സിലേക്കു അപേക്ഷിക്കാം. അഭിരുചി പരീക്ഷയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് ഈ കോഴ്സിലേക്കു വിദ്യാർത്ഥികളെ തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്. ആർട്ട്, പെയിന്റിംഗ്, ഡ്രോയിംഗ്, സ്കൾപ്ചർ, ക്രിയേറ്റീവ് കോംപോസിഷൻ, ആർച്ച് ഹിസ്റ്ററി, വിഷയ കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ, പ്രോജക്ട് എന്നിവയാണ് കോഴ്സിലെ പ്രധാന വിഷയങ്ങൾ. കേരളത്തിലെ പ്രധാന ഫൈൻ ആർട്ട്സ് കോളേജുകളിൽ ചിലത് :

College of Fine Arts, Thiruvananthapuram
Near Public Library, Palayam
Thiruvananthapuram-695033, Ph: +91 471- 2322028
web - www.cfathiruvananthapuram.com

കേരള യൂണിവേഴ്സിറ്റിയുടെ കീഴിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഈ ആർട്ട്സ് കോളേജിൽ ബി.എഫ്.എയ്ക്ക് 43 സീറ്റാണുള്ളത്. ആദ്യത്തെ ഒരു വർഷത്തെ പഠനത്തിനുശേഷം വിദ്യാർത്ഥികളുടെ കഴിവിനും, താല്പര്യത്തിനും മുൻതൂക്കം നൽകി ഫൈൻ ആർട്ട്സിലെ പെയിന്റിംഗ്, അപ്ലൈഡ് ആർട്ട്, സ്കൾപ്ചർ എന്നീ വിഭാഗങ്ങളിലായി തുടർപഠനം നടത്തുന്നു.

RLV College of Music & Fine Arts, Thripunithura,
Ernakulam (dist), Cochin- 682301, Ph: 0484 2779757
email: rlvcollegetripunithura@gmail.com
www.rlvmusicfineartscollege.org

എം.ജി യൂണിവേഴ്സിറ്റിയോട് അഫിലിയേറ്റ് ചെയ്തിരിക്കുന്ന കോളേജിൽ ബി.എഫ്.എയ്ക്ക് 56 സീറ്റുകളാണുള്ളത്. എം ജി യൂണിവേഴ്സിറ്റിയുടെ കീഴിൽ എം.എഫ്.എയുള്ള ഏക കോളേജും ത്രിപ്പൂണിത്തുറ ആർ.എൽ.വി കോളേജാണ്. ബി.എഫ്.എയ്ക്ക് 50% മാർക്കുള്ളവർക്കു എം.എഫ്.എയ്ക്കു അപേക്ഷിക്കാം. ഒരു വർഷത്തെ പഠനത്തിനുശേഷം വിദ്യാർത്ഥികളുടെ താല്പര്യത്തിനനുസരിച്ച് അടുത്ത വർഷം മുതൽ ഫൈൻ ആർട്ട്സിലെ വ്യത്യസ്ത വിഭാഗങ്ങളിൽ സ്പെഷ്യലൈസ് ചെയ്യുവാൻ സാധിക്കും.

Govt. College of Fine Arts, Thrissur, Pin- 680020
Ph- 0487 2323060, www.cfathrissur.com

കാലിക്കറ്റ് യൂണിവേഴ്സിറ്റിയോട് അഫിലിയേറ്റ് ചെയ്ത കോളേജാണ് തൃശൂർ ഫൈൻ ആർട്ട്സ് കോളേജ്. 40 സീറ്റുകളാണ് കോളേജിൽ ബി.എഫ്.എയ്ക്ക് അനുവദിച്ചിരിക്കുന്നത്. ലൈബ്രറി, കമ്പ്യൂട്ടർ ലാബ്, ഫോസ്റ്റൽ, ആർട്ട് ഗാലറി, സ്റ്റുഡിയോ എന്നീ സംവിധാനങ്ങൾ കോളേജ് നൽകുന്നുണ്ട്.

Raja Ravi Varma College of Fine Arts
Mavelikkara, Alapuzha- 690101
Ph-0479 2341199, www.cfamavelikkara.com

ആലപ്പുഴ ജില്ലയിൽ മാവേലിക്കരയിലുള്ള രാജാ രവിവർമ്മ കോളേജ് ഓഫ് ഫൈൻ ആർട്ട്സ് കേരളാ യൂണിവേഴ്സിറ്റിയുടെ കീഴിലുള്ളതാണ്. ബി.എഫ്.എ കോഴ്സിനായി 40 സീറ്റുകളാണ് ഈ കോളേജിലുള്ളത്. ഫോസ്റ്റൽ, കാന്വ്വീൻ സൗകര്യങ്ങൾ ഉണ്ട്. അഭിരുചി പരീക്ഷകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് വിദ്യാർത്ഥികളെ തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്.

Web Development

News Portals
Dynamic Websites
Ecommerce Portals

ERP Softwares
Software for Publications
Workflow softwares
Inventory softwares
Accounting packages
HR management softwares

Software Development

Branding

Logos, Brochures, Business cards,
Letter heads, Stationery items, Flyers

Web Designing
Mobile/Desktop apps UI Designing

Web & Graphic Designing

a team of
experienced professionals
with expertise in the latest
technology verticals

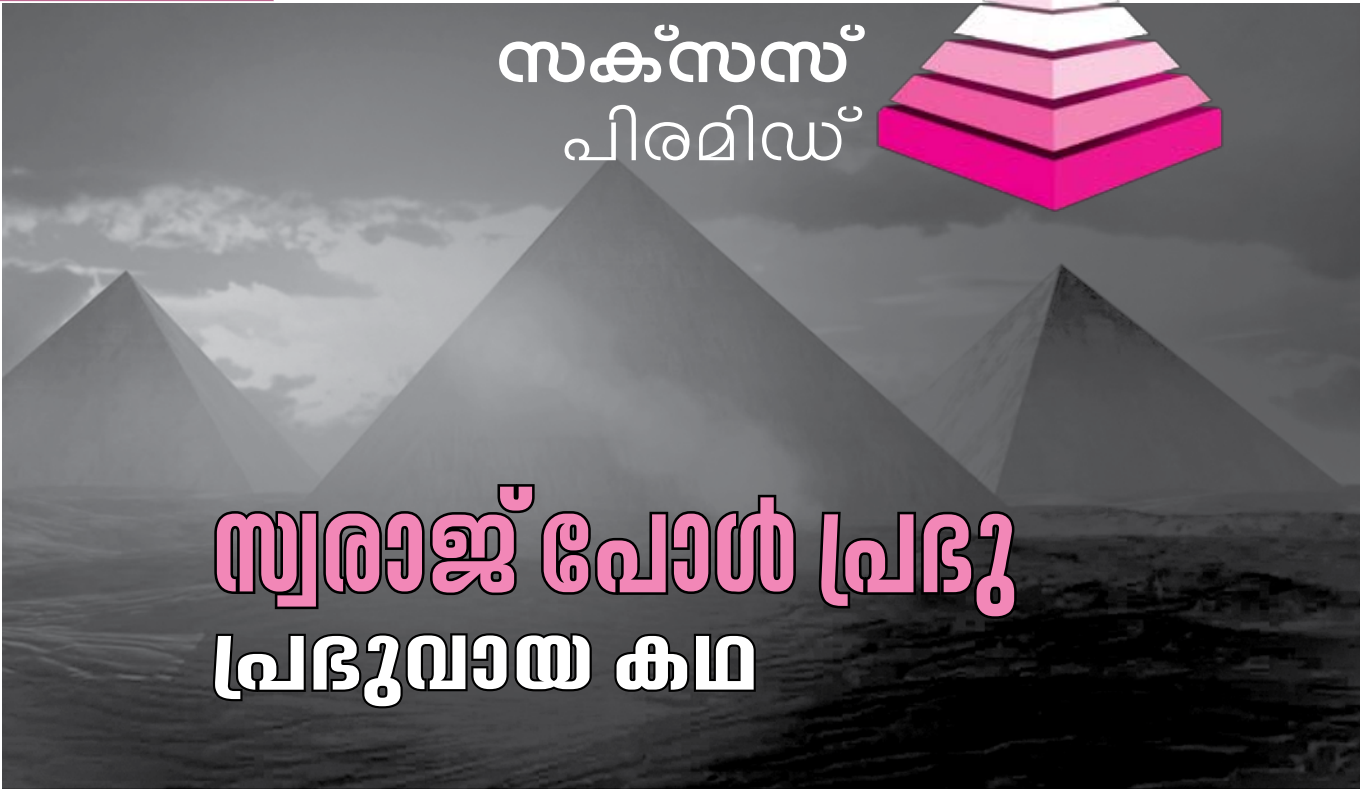


MADHYAMAM TECHNOLOGIES

C/o Madhyamam Daily, Silver Hills PO, Calicut -12,

ph: 9645006048

email: softwares@madhyamam.in,
www.madhyamamtechnologies.com



ജോഷി ജോർജ്ജ്

joshygeorgecartoonist@gmail.com

പത്രപ്രവർത്തകനും ടി.വി. അവതാരകനും മൈൻഡ് പവർ ട്രെയ്നറുമാണ് ലേഖകൻ.

മനുഷ്യൻ നിരായുധനായി ജനിക്കുന്നു. സ്വന്തം മനസ്സാണ് അവന്റെ ആയുധം.
-ഡാനിയേൽ വെബ്സ്റ്റർ

തീർച്ചയായും ഒരു മനുഷ്യൻ ജനിച്ച സാഹചര്യങ്ങളെ ആശ്രയിച്ചല്ല, മറിച്ച് അവനിലെ മനോഭാവത്തെ ആശ്രയിച്ചാണ് വിജയവും പരാജയവും കൂടിക്കൊള്ളുന്നത്. ഒരാൾ ഏത് സാഹചര്യത്തിൽ ജനിക്കുന്നു എന്നല്ല, ആ സാഹചര്യത്തിൽ അയാൾ എങ്ങനെ ചിന്തിക്കുന്നു എന്നതാണ് പ്രധാനം.

ബ്രിട്ടനിൽ ബ്രിട്ടീഷ് രാജ്ഞിയേക്കാൾ ധനവാനായ സ്വരാജ് പോൾ എന്ന ഇന്ത്യാക്കാരന്റെ കഥ കേൾക്കുമ്പോൾ നമുക്ക് മനസ്സിലാകും.

നാലുവയസുള്ള മകളും അവളുടെ ദീനവുമാണ് സ്വരാജ് പോളിനെ പ്രഭുത്വത്തിലേക്ക് വളർത്തിയത്. കാലം 1966. ലൂക്കേമിയ (രക്താർബുദം) പിടിപെട്ട മകൾ അംബികയുടെ ചികിത്സയ്ക്കായി ലണ്ടനിൽ പോയതായിരുന്നു. അന്ന് കുട്ടികളിലെ ലൂക്കേമിയയ്ക്ക് ഇന്നത്തെപ്പോലെ ചികിത്സിച്ച ട്രേമറ്റിക്കാണെന്നായിരുന്നില്ല. ചികിത്സയ്ക്കൊടുവിൽ കുഞ്ഞ് മരിച്ചു. മനസ്സുനൊന്ത പിതാവ് സ്വരാജ് പോൾ ഭ്രാന്തനെപ്പോലെ അലഞ്ഞു.

ദുഃഖം പെയ്തൊഴിഞ്ഞപ്പോൾ എങ്ങിനെയും ജീവിക്കണമെന്നൊരു വാശി കയറി. പല വഴി ചിന്തിച്ചു. ഒടുവിൽ ലണ്ടനിലെ വിലും ആൻഡ് ഗ്ലൗസ് ബാങ്കിൽ നിന്ന് 500 പൗണ്ട് (ഇന്നത്തെ മൂന്നരലക്ഷം രൂപ) സ്വരാജ് പോൾ കടം വാങ്ങാൻ നിശ്ചയിച്ചു. ആ പണവുമായി അയാൾക്ക് ആകെ അറിയാവുന്ന സ്റ്റീൽ ബിസിനസ്സിലേക്കിറങ്ങി. ആദ്യമൊക്കെ കടുത്ത വെല്ലുവിളികളെ നേരിടേണ്ടി വന്നു. നിരാശപ്പെടാതെ ശുപ്രതീക്ഷയോടെ മുന്നോട്ടുനീങ്ങിയപ്പോൾ ഭാഗ്യദേവത കടാക്ഷിക്കാൻ തുടങ്ങി. പിന്നീട് ബിസിനസ്സ് കോടികൾ കടന്ന് കുതിക്കാൻ തുടങ്ങി. അവിടത്തെ രാജ്ഞിയേയും കടന്ന് ബ്രിട്ടണിലെ 25 അതി സമ്പന്നന്മാരുടെ നിരയിലെത്താൻ ഏറെക്കാലമൊന്നും വേണ്ടി വന്നില്ല.

ബ്രിട്ടനിലെ പ്രഭുസഭയിൽ അംഗത്വം, ഗ്രേറ്റ് ബ്രിട്ടന്റെ ഉലകം ചുറ്റും സ്ഥാനപതിസ്ഥാനം, ലോർഡ് സ്വരാജ് പോൾ നയിച്ച ഇംഗ്ലണ്ടിലെ കപാറോ ഗ്രൂപ്പ് ഇന്ത്യാക്കാരന്റെ ഏറ്റവും പ്രശസ്തമായ വ്യവസായ പ്രസ്ഥാനമായി വളർന്നുപന്തലിച്ചു. നഷ്ടത്തിലോടിയ പല കമ്പനികളേയും വിലയ്ക്കുവാങ്ങി



സ്വരാജ് പോൾ പ്രഭു

മെച്ചപ്പെട്ട മാനേജ്മെന്റ് തന്ത്രങ്ങളിലൂടെ ലാഭത്തിലാക്കിയെടുത്തു സ്വരാജ് പോൾ.

പഞ്ചാബിലെ ജലന്തറിൽ പ്യാരേലാലിന്റേയും മങ്കാവതിയുടേയും പുത്രനായി ജനിച്ച സ്വരാജിന് ഏഴാം വയസ്സിൽ മാതാവിനേയും 13-ാം വയസ്സിൽ പിതാവിനേയും നഷ്ടമായി. ഷീറ്റ് മെറ്റൽ കൊണ്ട് ബക്കറ്റും ട്യൂബും ഉണ്ടാക്കി വിൽക്കുന്ന ബിസിനസ്സായിരുന്നു പ്യാരേലാലിന്. പിതാവ് മരിക്കുമ്പോൾ മുത്ത സഹോദരൻ സത്യപാലിന് സ്വരാജിന്റെ ഇരട്ടി വയസ്സുണ്ടായിരുന്നു. ബിസിനസ്സ് സത്യപാലും സഹോദരൻ ജിതും ചേർന്നു നടത്തി.

ബിസിനസ്സ് പച്ചപിടിച്ചതുകൊണ്ട് സ്വരാജിന് അമേരിക്കയിലെ മസച്യുസെറ്റ്സ് ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് ടെക്നോളജിയിൽ നിന്ന് എൻജിനീയർ ബിരുദം നേടാനായി. പഠനാവശ്യങ്ങൾക്കുള്ള പണം കണ്ടെത്തുന്നതിനായി വെയ്റ്ററായും മററും ജോലി നോക്കേണ്ടി വന്നിട്ടുണ്ട്. ഒടുവിൽ അവിടെനിന്ന് തിരികെ നാട്ടിലെത്തി. സഹോദരന്മാർ നടത്തുന്ന എ.പി.ജെ ഗ്രൂപ്പിന്റെ കാര്യങ്ങളുമായി കഴിയുമ്പോഴാണ് മകൾ അംബികയുടെ രോഗവും ലണ്ടൻ യാത്രയും.

ലണ്ടനിലെ ചികിത്സക്ക് ധാരാളം പണം ആവശ്യമായിരുന്നു. ഇന്നത്തെപ്പോലെ ഉദാരമായി അന്ന് വിദേശനാണു്യം ലഭിക്കില്ല. സ്വരാജ് ഇന്ദിരാഗാന്ധിക്ക് കത്തെഴുതി. ഒരു പിതാവിന്റെ ഹൃദയം മുറിഞ്ഞ് ചോരപൊടിഞ്ഞ കത്ത് മറ്റനേകം കത്തുകൾക്കിടയിൽ നിന്ന് ഇന്ദിരാഗാന്ധിയുടെ ശ്രദ്ധയിൽപ്പെട്ടു. ആവശ്യമുള്ള വിദേശനാണു്യം അനുവദിക്കാൻ റിസർവ് ബാങ്കിന് ഉത്തരവ് നൽകി. അംബികയുടെ മരണശേഷം സ്വരാജ് പോൾ ലണ്ടൻ വിട്ടില്ല.

അവിടെ തുടർന്ന അദ്ദേഹത്തിന്റെ ആദ്യത്തെ ബിസിനസ്സ് സ്റ്റീൽ വാങ്ങി മറിച്ചുവിൽക്കുന്നതായിരുന്നു. സ്റ്റീൽ ട്യൂബ് നിർമ്മാണ ഫാക്ടറി വെയിൽസിൽ 1978-ൽ തുടങ്ങിയപ്പോൾ സാക്ഷാൽ വെയിൽസ് രാജകുമാരൻ തന്നെ ഉദ്ഘാടനം ചെയ്യാൻ എത്തി. ഇതിനിടെ ലണ്ടൻ സ്റ്റോക്ക് എക്സ്ചേഞ്ചിൽ പണമിറക്കി സ്വരാജ് പോൾ പണമുണ്ടാക്കാൻ തുടങ്ങിയിരുന്നു. മകളുടെ ചികിത്സയ്ക്ക് സഹായിച്ചതിന്റെ നന്ദി സൂചകമെന്നോണം ഒരു പതിറ്റാണ്ടിനു ശേഷം ഇന്ദിരാഗാന്ധിയെ ആർക്കും വേണ്ടാത്ത ജനതാ പാർട്ടി ഭരണകാലത്ത് ലണ്ടനിലേക്ക് ക്ഷണിച്ചു വരുത്തി. അവരോടുള്ള ബഹുമാനാർത്ഥം നൽകിയ അത്താഴ വിരുന്നിൽ ബ്രിട്ടീഷ് മന്ത്രിമാർ, സ്ഥാനപതിമാർ, പ്രഭുക്കൻമാർ, വ്യവസായ പ്രമുഖർ എന്നിവർ പങ്കെടുത്തു.

രാജ്യാന്തര രംഗത്ത് ഇന്ദിരാഗാന്ധിയുടെ തിരിച്ചുവരവിന്റെ തുടക്കമായി അത്. അധികാരത്തിൽ തിരിച്ചുവന്നശേഷം ഇന്ദിരാഗാന്ധി സ്വരാജ് പോളിന് ലണ്ടനിലെ ഇന്ത്യൻ ഹൈക്കമ്മീഷണർ പദം വാഗ്ദാനം ചെയ്തെങ്കിലും സ്വീകരിച്ചില്ല. പിന്നീട് ഇന്ദിരാഗാന്ധി പത്മഭൂഷൻ നൽകി ബഹുമാനിച്ചു.

ബ്രിട്ടണിൽ ലേബർ പാർട്ടിനേതാവാണ് സ്വരാജ് പോൾ. പ്രഭു സഭയിൽ സജീവമായതിനാൽ പീർ സ്ഥാനവുമലങ്കരിച്ചിരുന്നു.

പോർട്ടുഗൽ ഫ്ലേസിൽ ബി.ബി.സി റേഡിയോ ആസ്ഥാനമായ ബ്രിട്ടീഷ് ബ്രോഡ് കാസ്റ്റിംഗ് ഹൗസിനുമുന്നിലെ ഫ്ളാറ്റിലാണ് സ്വരാജ് പോൾ ലണ്ടനിൽ വരുമ്പോൾ താമസം തുടങ്ങിയത്. പിന്നീട് ആ ഫ്ളാറ്റ് ഉൾപ്പെട്ട ബ്ലോക്ക് മുഴുവൻ സ്വരാജ് സ്വന്തമാക്കി. അംബികാ ഹൗസ് എന്നാണ് ആ ബ്ലോക്കിന് പേരിട്ടിരിക്കുന്നത്.

പോൾ സഹോദരന്മാർ നടത്തുന്ന ഇന്ത്യയിലെ എ.പി.ജെ ഗ്രൂപ്പ് 1989-ൽ വേർപിരിഞ്ഞിരുന്നു. ഓരോ സഹോദരനും 200 കോടിയുടെ ആസ്തിയാണ് വഴക്കൊന്നുമില്ലാതെ അന്ന് പങ്കുവെച്ചത്.

സ്വരാജ് പോൾ വിവാഹം കഴിച്ചിരിക്കുന്നത് കൊൽക്കത്താക്കാരി അരുണയെയാണ്. ഈ ദമ്പതികൾക്ക് മൂന്ന് ആൺമക്കളും ഒരു പെൺകുട്ടിയുമുണ്ട്. അംബർ, ആകാശ്, അങ്കദ്, അഞ്ജലി

ബ്രിട്ടണിലെ അറിയപ്പെടുന്ന ദാനശീലനുമാണ് സ്വരാജ്. ബേക്കർ തെരുവിലെ കപാറോ ഹൗസിൽ ആർക്കും കയറിച്ചെല്ലാം. സഹായാഭ്യർത്ഥന യഥാർത്ഥ്യമാണെന്ന് തോന്നിയാൽ പണം ഉറപ്പ്. മരിക്കും മുൻപ് അംബിക സ്ഥിരമായി പോകാൻ ഇഷ്ടപ്പെട്ടിരുന്ന ലണ്ടൻ മൃഗശാല 1991-ൽ പുട്ടാനൊരുങ്ങിയപ്പോൾ 10 ലക്ഷം പൗണ്ടാണ് (ഏഴു കോടി രൂപ) സ്വരാജ് പോൾ സഹായം നൽകിയത്. ലണ്ടൻ മൃഗശാല ഇന്നും നിലനിൽക്കുന്നത് ആ സഹായം കൊണ്ടാണ്.

ഇവിടെ സ്വരാജ് പോളിന്റെ മനോഭാവം ഒന്നുകൊണ്ടുമാത്രമാണ് ഇത്തരത്തിലൊരു വിജയം നേടാനായത് എന്ന കാര്യത്തിൽ ആർക്കും തർക്കമുണ്ടാകാൻ ഇടയില്ല. അലസത വെടിഞ്ഞ് വലിയ രീതിയിലുള്ള സ്വപ്നം നെയ്യുന്നതിൽ ഒട്ടും പിശുക്കുകാണിച്ചതുമില്ല.

നമുക്ക് ഒരു കാര്യം കാര്യക്ഷമമായി ചെയ്യാൻ കഴിയുന്നില്ലെങ്കിൽ അങ്ങിനെ ചെയ്ത് വിജയം വരിച്ച വ്യക്തികളെ ആഴത്തിൽ പഠിക്കാൻ ശ്രമിക്കുക.

“ഭൂതകാലത്തിൽ നിന്നും പാഠമുൾക്കൊള്ളുക. ഭാവിക്കാലത്തിനുവേണ്ടി ലക്ഷ്യമിടുക. അതിനുശേഷം നമുക്ക് പൂർണ്ണ നിയന്ത്രണമുള്ള വർത്തമാനകാലത്ത് ജീവിക്കുക.”

-ഡെനീസ് വൈറ്റ്ലി

Shadow Banking

Shadow banking was first used by Paul McCulley of PIMCO in 2007 to describe the giant “soup” of non-depository institutions. It was later popularized by economists such as Nouriel Roubini in 2008 to include all forms of financial institutions like hedge funds, insurance companies, and investment banks. This phenomenon is not just confined to the West. It is visible in Latin America, the Middle East, Far East, South Asia, and Eastern Europe. It has become a critical part of the infrastructure of the modern financial system.



Martin Patrick

Retired economics professor,
well known economist,
observer of recent situations
emerging in economy.

What is Shadow banking ?

There are large number of intermediaries between investors and borrowers. These intermediaries will channel funds from investor to the borrower, profiting normally from fees. Put it differently, like the traditional banking system, the shadow banking system has three actors: savers, borrowers, and instead of banks-specialist non-bank financial intermediaries. The regulatory structure of this system is light or non-existent. As they are not supposed to accept deposits from the public and are not subjected to regulations, they are called shadow institutions. Familiar examples of shadow institutions included Bear Stearns and Lehman Brothers.

Unlike in the traditional banking system, savers do not place their funds with banks, but rather with money market mutual funds and similar funds. They in turn invest these funds in the liabilities of shadow banks. Borrowers still get loans, leases and mortgages, but not only from depository institutions, but also from entities like finance companies. Hence, non-depository banks, other financial entities like hedge funds, investment banks, insurers, and money market funds etc who were not subjected to regulations are collectively called shadow banking or financial system. McCulley defined it as “the whole alphabet soup of levered up non-bank investment conduits, vehicles, and structure where traditional banks get their funding via short-term loans in what is called the “repo market”(short for “repurchase agreement”). In its broadest definition, it also includes more esoteric instruments such as asset-backed securities (ABS), collateralized-debt obligations (CDOs), and asset-backed commercial paper (ABCP).

Background of Developing Shadow Banking In last decades, three simultaneous and complementary processes developed. First, faced by competition from

junk bonds and commercial paper on the asset side of bank balance sheets and from money -market-mutual funds on the liability side, commercial banks became less profitable and sought new profit opportunities. Commercial banks, subject to prudential regulation and to mounting competition, greatly increased the amount of credit available. In order to do so, they had to move part of the assets (and therefore of the risks) off their balance sheets, given that their capital was insufficient to meet the requirements established by Basel Agreements. As a result, they no longer acted as credit suppliers and took on the developing role of resource mediators in exchange for certain fees.

Second, banks started managing investment funds, as well as offering services of asset management through their departments, providing hedge as dealers on the derivatives market and offering credit lines through issues of commercial papers and other debt bonds on the capital market.

Third, a large variety of institutions came to play a role similar to those of commercial banks without being included in the existing regulatory structure and therefore without detaining the required reserves of capital. They operate as intermediaries between a purchaser and a seller, generally charging a fee. They created and spread credit derivatives (CDS), through which they could buy protection against the credit risks of their loan portfolios. They also resorted to the so-called “structured products”, instruments which result from the combination of a credit bond – debentures, bonuses, negotiable bonds, mortgages, credit card debts, etc. – and the set of financial

derivatives (futures, swaps, options and credit derivatives), no matter what the underlying asset is.

Since the 1980s, shadow banking has grown even more rapidly than the official banking sector. It grew in size dramatically after the year 2000 and plays an increasingly critical role in lending businesses through credit intermediation. Many “shadow bank” like institutions and vehicles have emerged in American and European markets, between the years 2000 and 2008, and have come to play an important role in providing credit across the global financial system. In the US, shadow banking system was approximately the same size as the U.S. traditional depository banking system.

Participants

According to McCulley (2007), the global shadow banking system includes all agents involved in leveraged loans which do (did) not have access to deposit insurances and/or to rediscount operations of central banks. As mentioned earlier, it encompasses large independent investment banks (brokers-dealers), hedge funds, investment funds, private equity funds, the different special investment vehicles (particularly structured investment vehicle- SIV), pension funds and insurance companies. In the US, one must further include the regional banks specialized in mortgage credit and quasi-public agencies, created with the purpose of providing liquidity for the US real estate market. They can be broadly categorized into three distinct subgroups. These are: (1) the government-sponsored shadow banking sub-system; (2) the “internal” shadow banking sub-system; and (3) the “external” shadow banking sub-system.

While the seeds of shadow banking have been sewn over 80 years ago, the crystallization of shadow banking activities into a full-fledged system is a phenomenon of the past 30 years with the development of “internal” shadow banking system. The change in the nature of banking was initially “inspired” by the securitization process of conforming mortgages. It was extended to virtually all forms of loans and “perfected” into a securitization-based, shadow credit intermediation process over time. This is how “internal” shadow banking sub-system developed.

The mixture of bank and markets-based credit intermediation process also turned a range of independent, specialist non-banks into an interconnected network of financial entities that operated



completely external to banks and the official safety net extended to banks—hence the term “external” shadow banking sub-system.

In short, Huge Investment Banks like Lehman Brothers started doing banking activities indirectly by buying housing loans and persuading the mortgage banks to lend more to borrowers for the purchase of house. Over \$ 6 trillion of such securities were created by Wall Street firms by packaging individual home loans made in the US where as the estimated size risk of the sub-prime market of \$ 1 to 1.3 trillion.

Investment banks multiplied the hedge funds and assets of greater risk set up highly leveraged structures. Similarly, universal banks also started sponsoring hedge funds, providing them with credit for their operations as well as copying their business strategies. The role of the hedge funds is crucial, since they appear at different ends of the leveraging and distribution of financial assets. Furthermore, they are the most difficult agents to be put under the control of the regulatory framework of central banks. In other words, the hedge funds are the least regulated (and thus more shadowy) agents, at the same time as they closely depend on bank liquidity and contribute to increase systemic risk.

Funding and Process of Credit Intermediation

The funding methods followed by shadow banks are of three types. They are: money-market-mutual funds(MMMFs), securitization, and repo. MMMFs were a response to interest-rate ceilings on demand deposits. Securitization refers to the process by which traditionally illiquid loans are sold into the capital markets. This is accomplished by selling large portfolios of loans to special purpose vehicles (SPVs), legal entities that issue rated securities in the capital markets, securities that are linked to the loan portfolios. Securitisation through SPV and repo are considered as the two major activities and they are taking place through credit intermediation.

The process through which banks “recycle” savers’ deposits into loans is referred to as credit intermediation. Credit intermediation involves credit, maturity, and liquidity transformation.

- Credit transformation refers to the enhancement of the credit quality of debt issued by the intermediary through the use of priority of claims. For example, the credit quality of senior deposits is better than the credit quality of the underlying loan portfolio due to the presence of junior equity.
- Maturity transformation refers to the use of short-term deposits to fund long-term

loans, which creates liquidity for the saver but exposes the intermediary to rollover and duration risks.

- Liquidity transformation refers to the use of liquid instruments to fund illiquid assets. For example, a pool of illiquid whole loans might trade at a lower price than a liquid rated security secured by the same loan pool, as certification by a credible rating agency would reduce information asymmetries between borrowers and savers.

Shadow banking and Indian Economy

Indian economy is characterized by the presence of shadow banking. The shadow banking activities are undertaken by:

- Non-bank finance corporations (NBFCs)
- New Generation Banks
- Private scheduled bank

The major player is NBFCs. Classification of NBFCs Activity Based

- **Asset Finance Company:** is a company carrying on as its principal business the financing physical assets supporting productive/economic activity: autos, tractors, material handling equipments,...
- **Loan Company:** is a company carrying on as its principal business the providing of finance whether by making loans or advances or otherwise for any activity other than its own.
- **Investment Company:** is a company carrying on as its principal business the acquisition of securities.
- **Core Investment Company:** is an investment company whose 90% of Net Assets in equity shares, preferred shares, bonds or loans of a group of companies or 60% of Net Assets in equity shares of a group of companies.
- **Infrastructure Finance Company:** is a company which deploys at least 75 per cent of its total assets in infrastructure loans.

It must be noted that the growth of NBFCs is noticeable in recent years in India. It is found that they are accepting deposits but RBI regulation restricts it. However, credit activities have gone up (as a percentage of bank credit it is 13.2 % in 2011 as against 10.77% in 2006). With increased global integration, the Indian economy now is subject to greater influence of global business cycles. Still, shadow banking is currently not a threat to the economy but an increasing concern. It will create problems unless it is properly checked.

References

- McCulley, Paul (2007): “Teton Reflections,” PIMCO Global Central Bank Focus
- Merton, Robert C. (1977): “An Analytical Derivation of the Cost of Deposit Insurance and Loan Guarantees,” Journal of Banking and Finance 1, pp. 3-11.
- Merton, Robert C. and Zvi Bodie (1993): “Deposit Insurance Reform: A Functional Approach,” Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy, 38 (1993) 1-34.

അരങ്ങം

വർഷങ്ങളായി കാഴ്ചക്കാരെ കിട്ടാതിരുന്ന നാടക വേദികൾ സജീവമാകുകയാണ് ജനഹൃദയങ്ങളിൽ പലവിധ പരിവർത്തനങ്ങൾക്ക് സഹായിച്ചിട്ടുള്ള നാടകങ്ങൾ പുതിയ പുതിയ മാധ്യമങ്ങളുടെ കുത്തൊഴുക്കിൽ പെട്ട് അടിതെറ്റിപ്പോയിരുന്നു. അതേ മാധ്യമങ്ങളിലെ നിലവാരത്തകർച്ചയോ വിഷയങ്ങളിലെ ആവർത്തന വിരസതയോ ആകാം കൂടുംബങ്ങളെ വീണ്ടും നാടകവേദികൾക്കു മുൻപിലേക്ക് നയിക്കുന്നത്. നാടകകലാകാരന്മാർക്കും നാടക ആസ്വാദകർക്കും വേണ്ടി ഒരു പംക്തി. അരങ്ങം.



കല്ലറ ഗോപൻ



മനോജ് നാരായണൻ

കേരള സംഗീത നാടക അക്കാദമിയുടെ 2014 ലെ മികച്ച നാടകത്തിനുള്ള അവാർഡ് കായംകുളം കേരള പീപ്പിൾസ് ആർട്ട്സ് ക്ലബിന്റെ (K.P.A.C) പ്രണയ സാഗരം എന്ന നാടകം കരസ്ഥമാക്കി. 40,000 രൂപയും പ്രശസ്തി ഫലകവുമടങ്ങുന്നതാണ് പുരസ്കാരം. ഇതു കൂടാതെ മികച്ച സംവിധായകൻ, മികച്ച ഗായകൻ, ഗായിക, ഗാനരചയിതാവ്, പശ്ചാത്തല സംഗീത സംവിധായകൻ, രംഗശില്പകാരൻ എന്നിങ്ങനെ 6 മേഖലകളിലെ അവാർഡുകളും

പ്രണയസാഗരം സ്വന്തമാക്കി. സംവിധായകൻ (മനോജ് നാരായണൻ), ഗായകൻ (കല്ലറ ഗോപൻ), ഗായിക (രാജലക്ഷ്മി), ഗാനരചയിതാവ് (ഒൻ വി കുറുപ്പ്), പശ്ചാത്തല സംഗീത സംവിധായകൻ (എം കെ അർജുനൻ), രംഗശില്പി (ആർട്ടിസ്റ്റ് സുജാതൻ) എന്നിവരാണ് അവാർഡുകൾക്ക് അർഹരായത്.

കൊല്ലം അസീസി ആർട്ട്സ് ക്ലബിന്റെ ഒറ്റമരത്തണൽ മികച്ച രണ്ടാമത്തെ നാടകമായി തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ടു. അബ്രഹാം എന്ന നാടകത്തിലെ അഭിനയത്തിന് ഖാലിദ് കെടാമംഗലത്തിനു മികച്ച നടനുള്ള പുരസ്കാരം ലഭിച്ചു. ബിന്ദു സുരേഷാണ് മികച്ച നടി. സുദർശൻ കുടപ്പനമുട് (സ്നേഹ സാന്ത്വനം), ഷൈനി (അപ്രധാന വാർത്തകൾ) എന്നിവർ യഥാക്രമം മികച്ച രണ്ടാമത്തെ നടനും നടിയുമായി തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ടു. അബ്രഹാം, ഒറ്റമരത്തണൽ, എന്നീ നാടകങ്ങളുടെ രചനയ്ക്ക് ഫ്രാൻസിസ്. ടി മാവേലിക്കരയ്ക്ക് മികച്ച നാടക രചയിതാവിനുള്ള പുരസ്കാരം ലഭിച്ചു. ഹേമന്ത് കുമാറാണ് (ഓർക്കുക ഒരേയൊരു ജീവിതം) രണ്ടാമത്തെ നാടക രചയിതാവ്. മികച്ച കോമഡിക്കുള്ള അവാർഡ് സരസനും സ്വന്തമാക്കി. സ്നേഹസാന്ത്വനത്തിലെ ഗാനത്തിന് മികച്ച ഗായികയ്ക്കുള്ള അവാർഡ് ഗൗരി പി കൃഷ്ണനും രാജലക്ഷ്മിയും പങ്കിട്ടു. സ്നേഹ സാന്ത്വനം, ഒറ്റമരത്തണൽ, പ്രണയ സാഗരം എന്നീ നാടകങ്ങളിലെ രംഗാവിഷ്കാരത്തിന് ആർട്ടിസ്റ്റ് സുജാതന് മികച്ച രംഗശില്പകാരനുള്ള അവാർഡ് ലഭിച്ചു. മികച്ച ലൈറ്റ് ഡിസൈനറായി രാജൻ കാലടിയും (ഈ ജൻമം സഫലം) മികച്ച കോസ്റ്റ്യൂമറായി വേലായുധൻ കീഴില്ലവും തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ടു.



കെ.പി.എ.സി. യുടെ പ്രണയസാഗരത്തിലെ ഒരു രംഗം

CorelDRAW



കാനഡയിലെ ഒട്ടോവായിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന സോഫ്റ്റ്‌വെയർ കമ്പനിയായ കോറൽ കോർപ്പറേഷൻ വികസിപ്പിച്ച് മാർക്കറ്റിലെത്തിച്ച കമ്പ്യൂട്ടർ പ്രോഗ്രാമാണ് കോറൽ ഡ്രോ.

മനോഹരവും അത്ഭുതകരവുമായ ചിത്രങ്ങൾ നിർമ്മിച്ചെടുക്കുന്നതിൽ കോറൽ ഡ്രോയുടെ സേവനം അനിവാര്യമാണ് ഭാവനയിലെ അതിഭൗതിക ദൃശ്യങ്ങളെ വർണ്ണപകർച്ചകളോടെ നിർമ്മിക്കാൻ ഏറ്റവും അനുയോജ്യമാണ് ഈ സാങ്കേതിക വിദ്യ.

അഡ്മിനിസ്ട്രേറ്റീവ് രംഗത്ത് ഈ സോഫ്റ്റ്‌വെയർ വളരെ പ്രചാരമാർജ്ജിച്ച ഒന്നാണ്. കാനഡയിലെ ഒട്ടോവായിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന സോഫ്റ്റ്‌വെയർ കമ്പനിയായ കോറൽ കോർപ്പറേഷൻ വികസിപ്പിച്ച് എടുക്കുകയും മാർക്കറ്റിലെത്തിക്കുകയും ചെയ്ത കമ്പ്യൂട്ടർ പ്രോഗ്രാമാണ് കോറൽ ഡ്രോ. ലോഗോകൾ, പോസ്റ്ററുകൾ, മുതലായവ two dimensional ഇമേജുകളെ എഡിറ്റ് ചെയ്യുന്നതിനാണ് ഈ സോഫ്റ്റ്‌വെയർ നിർമ്മി



Michel Cowpland



Pat Beirne one of Corel Draw developers

ച്ചിട്ടുള്ളത്. 1987 ൽ കോറലിലെ സോഫ്റ്റ്‌വെയർ എൻജിനീയർമാരായ Michel Bouillon, Patt Beirne വെക്ടർ അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ള ഇലൂസ്ട്രേഷൻ പ്രോഗ്രാം വികസിപ്പിച്ചെടുത്തു. വെക്ടർ ഗ്രാഫിക്സ് ഇമേജുകളെ കമ്പോസ് ചെയ്യാനും എഡിറ്റ് ചെയ്ത്. eps, pdf, wmf, svg, uml.. പോലെയുള്ള പോപ്പുലർ വെക്ടർ ഗ്രാഫിക്സ് ഫോർമാറ്റുകളിൽ സൂക്ഷിക്കാനും തുടങ്ങി കോറൽ ഡ്രോ ഉപയോക്താക്കൾക്കു കൂടുതൽ സൗകര്യങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു. 1989 ജനുവരിയിലാണ് കോറൽ ഡ്രോ റിലീസ് ചെയ്തത്. ആദ്യം windows 2x operating system ൽ പ്രവർത്തിച്ചിരുന്നത് contrast adjustment, colour balancing, spcial effects (border to images) എന്നിവയുൾപ്പെടെ ഗ്രാഫിക്സുകൾ എഡിറ്റ് ചെയ്യുന്നതിനും ഒരേ സമയം ഒന്നിലധികം ലെയറുകളിലും പേജുകളിലുമായി വർക്കു ചെയ്യുന്നതിനും കോറൽ ഡ്രോ പര്യാപ്തമാണ്. യഥാർത്ഥത്തിൽ micro soft windows 3.. യ്ക്കു വേണ്ടിയാണ് കോറൽ ഡ്രോ വികസിപ്പിച്ചെടുത്തത് ഇപ്പോൾ run ചെയ്യുന്ന X windows xp ,windows vista, windows 7, windows 8 എന്നിവയിലാണ്.



Attn: NURSES & PHARMACISTS

NCLEX-RN or HAAD : CHAZ is the best

Join the hundreds of student nurses who have taken advantage of the outstanding coaching at CHAZ. This is not only an NCLEX preparation course. Move your career forward with progressive nursing concepts.

NCLEX-RN
CRNE
DHA
MOH (Ministry of Health)
HAAD (Health Authority of Abu Dhabi)
PHARMACOLOGY
LAW IN PHARMACY

COACHING FOR PHYSIOTHERAPIST

Chaz professionals, the experience of 15 years in the industry also provides coaching for Physiotherapist and their exam scheduling.

Hurry join us & achieve a fabulous future...!

To get a passing score in your NCLEX / RN and HAAD / MOH Exam you need a perfect guidance in the subject. Chaz offers you the best coaching on the above exams.

- Exam taking strategies and tips from subject experts and RNs
- Specifically designed courses with updated materials
- Proven records on the exam track with hundreds of RN / HAAD / MOH passed candidates
- Well experienced team of Nursing Faculty
- Hostel Facility

New batch for NCLEX / RN / MOH / HAAD and CRNE starts first week of every month

COACHING FOR PHARMACISTS & ASST. PHARMACISTS

CHAZ Professional Services offers excellent coaching for the candidates preparing for

HAAD MOH DHA

Exams in Gulf Countries

Pharmacology
Written and Oral Exams

Admission on all
Mondays

No.1 Trusted agency for NCLEX-RN Registration

Chaz Managed by: Mrs. Elizabeth Christy Bsc, Bsn, MA, PG Dip (RN) CCRN of Duke University USA

Application assistance to all Nursing Boards in U.S.A.

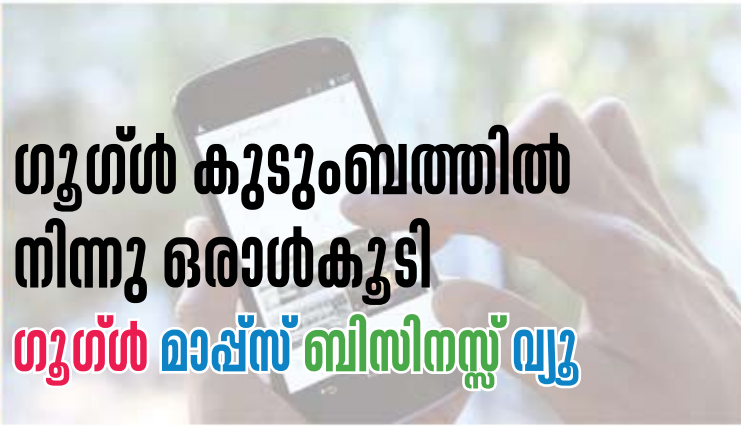


CHAZ PROFESSIONAL SERVICES

H.O. Arafa Tower, Vth Floor, Near SBT Main Branch, Thirunakkara, Kottayam-1
 Ph: 0481-2300396 / 380, 99468 59475 e-mail: chaz_ktm@yahoo.com

Door No. CC 46/1200, N.H. Bypass Road, Vyttila Jn. Cochin-6 82 016
 Ph: 0484-4025393, 99953 25356
 www.chazusa.in

Google Business Photos
A virtual tour of your business with Street View technology



ഗൂഗിൾ കൂടുംബത്തിൽ
നിന്നു ഒരാൾക്കൂടി
ഗൂഗിൾ മാപ്പ് ബിസിനസ്സ് വ്യൂ

www.localtampaphotographer.com

നിങ്ങൾ ഒരിടത്തേക്കു യാത്ര നടത്തുന്നു. എവിടെ താമസിക്കും, എന്തൊക്കെ സൗകര്യങ്ങളാവും ഹോട്ടലുകളിലും റിസോർട്ടുകളിലും ലഭിക്കുക, മുറികൾ എങ്ങനെയായിരിക്കും. ഇത്തരം ചോദ്യങ്ങൾക്കുള്ള ഉത്തരവുമായാണ് ഗൂഗിൾ പുതിയ 'ഗൂഗിൾ മാപ്പ് ബിസിനസ്സ് വ്യൂ' എന്ന സംവിധാനത്തിനു തുടക്കം കുറിക്കുന്നത്. ലോകത്തെവിടെ നിന്നു വേണമെങ്കിലും ഈ സംവിധാനമുപയോഗിച്ചു നിങ്ങൾക്കു പ്രധാന റിസോർട്ടുകളുടേയും ഹോട്ടലുകളുടേയും സൗകര്യങ്ങൾ ചിത്രങ്ങളുടെ സഹായത്തോടെ വിലയിരുത്താൻ സാധിക്കും.

ഒരു മനുഷ്യൻ എങ്ങനെയാണോ തന്റെ ചുറ്റുമുള്ള കാഴ്ചകൾ കാണുന്നത്, അത്തരത്തിൽ ക്യാമറ 360 ഡിഗ്രി ചലിപ്പിച്ചാണ് പ്രാസമയ മുറികളും മറ്റു കാഴ്ചകളും ഒപ്പിയെടുക്കുന്നത്. കമ്പ്യൂട്ടറോ മൊബൈലോ ഏതു ദിശയിലേക്കും തിരിച്ചു പിടിച്ച് അതാതു ദിശയിലുള്ള യഥാർത്ഥമായ ദൃശ്യങ്ങൾ കാണാൻ കഴിയും. തികച്ചും കൗതുകം നിറഞ്ഞ അനുഭവമാണത്. റിസോർട്ടുകൾക്കും ഹോട്ടലുകൾക്കും പുറമേ പ്രധാന നഗരങ്ങൾ, ഷോറൂമുകൾ, വിലപനയ്ക്കു തയ്യാറായിരിക്കുന്ന വീടുകൾ, ഫ്ളാറ്റുകൾ, അപ്പാർട്ട്മെന്റുകൾ എന്നിവയുടെ ചിത്രങ്ങളും ഗൂഗിളിന്റെ സൈറ്റിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുന്നവരും അനവധിയാണ്. എന്നാൽ ഈ സംവിധാനം ബിസിനസ്സ് പ്രമോഷനുവേണ്ടി പ്രധാനമായും ഉപയോഗിക്കുന്നത് ഹോട്ടലുകളും റിസോർട്ടുകളുമാണ്. മറ്റുള്ളവരിൽ നിന്നു തങ്ങൾ എത്രമാത്രം വ്യത്യസ്തരാണെന്നു സമർത്ഥിക്കാൻ ഉടമകൾക്കു ഈ ഗൂഗിൾ മാപ്പിലൂടെ സാധിക്കുന്നു.

ആർക്കു വേണമെങ്കിലും ഇത്തരത്തിലുള്ള ചിത്രങ്ങളെടുത്ത് ഗൂഗിളിനു അയച്ചു കൊടുക്കാമെന്നു തെറ്റിദ്ധരിക്കരുത്. ചിത്രങ്ങൾ പകർത്താനായി 'ഗൂഗിൾ ട്രസ്റ്റഡ് ഫോട്ടോഗ്രാഫർ'സിനെ നിയമിച്ചിട്ടുണ്ട്. പ്രഗത്ഭരായ ഫോട്ടോഗ്രാഫർസിനെ നിശ്ചിത പരീക്ഷകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഗൂഗിൾ തന്നെയാണ് തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്. ഇത്തരം ഫോട്ടോഗ്രാഫർസ് അയച്ചു കൊടുക്കുന്ന ചിത്രങ്ങൾ വിശകലനങ്ങൾക്കു ശേഷം ഗൂഗിൾ മാപ്പ് ബിസിനസ്സ് വ്യൂവിന്റെ വെബ്സൈറ്റിൽ അപ്ലോഡ് ചെയ്യുകയാണ് പതിവ്. 2010 ഏപ്രിലിൽ അമേരിക്കയിലെ ചില നഗരങ്ങളെ കേന്ദ്രീകരിച്ചാണ് ഗൂഗിൾ തങ്ങളുടെ പുതിയ സംരംഭത്തിനു തുടക്കം കുറിച്ചത്. പിന്നീട് മറ്റു 27 രാജ്യങ്ങളിൽക്കൂടി അവർ തങ്ങളുടെ സേവനം വ്യാപിപ്പിച്ചു. ഇന്ന് ഇന്ത്യയിലുൾപ്പെടെ വിവിധ രാജ്യങ്ങളിൽ ഗൂഗിൾ മാപ്പ് ബിസിനസ്സ് വ്യൂ സംവിധാനം ലഭ്യമാണ്.



ഫിറോസ് ബാബു



റിഫാസ് മുഹമ്മദ്



സുരജ് ബാലചന്ദ്രൻ

'ഗൂഗിൾ ട്രസ്റ്റഡ് ഫോട്ടോഗ്രാഫർ' പദവി ഇന്ത്യയിൽ ആദ്യമായി ലഭിച്ചത് മലയാളിയായ ഫിറോസ് ബാബുവിനാണ്. ഫോട്ടോഗ്രാഫിയിൽ 32 വർഷത്തെ പരിചയസമ്പത്തുള്ള ഇദ്ദേഹം മലയാള മനോരമയിൽ 1985-97 കാലഘട്ടത്തിൽ ചീഫ് ഫോട്ടോഗ്രാഫറായി സേവനമനുഷ്ഠിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഫോട്ടോ ജേർണലിസത്തിൽ നിരവധി അവാർഡുകൾ സ്വന്തമാക്കിയ ഫിറോസിനു ഗൂഗിൾ ട്രസ്റ്റഡ് ഫോട്ടോഗ്രാഫർ എന്ന സ്ഥാനവും മറ്റൊരു ബഹുമതിയായി. ഫിറോസിനോപ്പം തന്നെ ഫോട്ടോഗ്രാഫി മേഖലയിൽ തിളങ്ങി നിൽക്കുന്ന മകൻ റിഫാസ് മുഹമ്മദിനേയും ഇവർക്ക് പുറമേ സുരജ് ബാലചന്ദ്രൻ എന്ന മലയാളിയേയും ഗൂഗിൾ ട്രസ്റ്റഡ് ഫോട്ടോഗ്രാഫറായി തിരഞ്ഞെടുത്തു.

കൂടുതൽ സ്ഥാപനങ്ങൾ തങ്ങളുടെ പ്രമോഷനുകൾക്കായി ഗൂഗിളിന്റെ സഹായം തേടിപോകുന്ന പ്രവണത വർദ്ധിച്ചു വരികയാണ്. അതിനാൽ തന്നെ നിരവധി ഫോട്ടോഗ്രാഫർസ് ഈ മേഖലയിലേക്കു കടന്നു വരുന്നുണ്ട്. ഭാവിയിൽ ഗൂഗിൾ മാപ്പ് ബിസിനസ്സ് വ്യൂ സർവ്വസാധാരണമാകുമെന്നാണ് വിലയിരുത്തപ്പെടുന്നത്.

നല്ല നമ്മൾ പരസ്യമാക്കണം

'പരസ്യമെന്ന വാക്കിൽതന്നെ ഒരു ത്യാഗ മനോഭാവമുണ്ട്. അപരനു നൽകാനുള്ളതാണ് പരസ്യം. അത് ഏറ്റവും നന്നായി, നല്ല നിലയിൽ നൽകുക എന്നതാണ് പരസ്യദാതാവിന്റെ ധർമ്മം.'

പരസ്യ ചിത്രങ്ങൾ നമ്മെ നന്മയിലേക്കു നയിക്കുന്ന ഓർമ്മപ്പെടുത്തലുകളാണ്. പത്ര-ശ്രവ്യ-ദൃശ്യ മാധ്യമങ്ങളിലെ പരസ്യങ്ങൾ നിരീക്ഷിക്കുന്നവർക്ക് ഇതു ബോധ്യമാവും. ആ ഒരു ലക്ഷ്യത്തോടെയാണ് സമകാലീന സംഭവങ്ങളെ ഉൾപ്പെടുത്തി പരസ്യങ്ങൾ എന്നും ചിട്ടപ്പെടുത്തി വരുന്നതും, ജനങ്ങളിൽ എത്തിക്കുന്നതും.

ഇന്നു നാം ആർജിച്ചു വരുന്ന കാര്യങ്ങളെല്ലാം തന്നെ കാലക്രമത്തിൽ പരസ്യങ്ങളിലൂടെയാണ് നാം കണ്ടതും അറിഞ്ഞു വന്നിരിക്കുന്നതും. പരസ്യങ്ങൾ നമ്മെ വഴിതെറ്റിക്കുമെന്നു പറയുന്നവരുമുണ്ടാകാം. ഒരുപക്ഷേ, അതിനെ സാധൂകരിക്കുന്ന സംഭവങ്ങളുമുണ്ടാകാം. അമ്മയെ പിണക്കിയാൽ രണ്ടുണ്ട് കാര്യം എന്ന വാദഗതി മാത്രമേർത്താൽ മതിയാകും. പരസ്യം ചെയ്തു എന്നതുകൊണ്ട് ചൊറിയുന്ന സോപ്പ് ആളുകൾ ഉപയോഗിച്ചതായി ആരും പറയാനിടയില്ല. മണം ഇഷ്ടപ്പെടാതെ വന്നാൽതന്നെ വിപണിയിൽ നിന്നും അവ നീക്കപ്പെടുന്നതായി കാണാം. നല്ലതിനേയും നല്ലതല്ലാത്തതിനേയും തിരിച്ചറിയാനുള്ള അവസരം പരസ്യങ്ങൾ നൽകുന്നുണ്ട് എന്ന കാര്യം നിഷേധിക്കാനാവില്ല.

പരസ്യമാക്കുന്നതോടെ തെറ്റു ചെയ്യുന്നുള്ള പ്രവണത കുറയുന്നു. തെറ്റായ വഴികളിലൂടെ നടക്കുന്ന ഒരു യുവാവിനെ പരസ്യമായി നുള്ളി നോവിച്ചാൽ, കുറ്റപ്പെടുത്തിയാൽ, തെറ്റു ചെയ്യുവോൾ പിഴ ഈടാക്കിയാൽ, അവൻ നേർവഴിയിലേക്കു വരുന്നതു കാണാം. പരസ്യമാക്കുന്നതോടെ പിന്നീട് നിലപാടുകളിൽ മാറ്റം വരുത്താനും ബുദ്ധിമുട്ടുകുന്നു. ഇതു നമ്മളിൽ തിരിച്ചറിവുണ്ടാക്കുവാനും തെറ്റുകളോട് വിമുഖമായി നിൽക്കുവാനും പ്രേരണ നൽകുന്നുണ്ട്.

നാം കേരളീയർ പൊതുവെ രഹസ്യ സ്വഭാവത്തോടെ ഏറെ തെറ്റു ചെയ്തു ജീവിക്കുന്നവരാണ്. ഈ നിലപാടുകളുടെ ദുർഗന്ധം ഇന്നു എല്ലാ മേഖലകളിലും വ്യാപിച്ചിരിക്കുന്നു. പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിലായാലും പ്രവർത്തനരംഗങ്ങളിലായാലും ഇതുതന്നെ അവസ്ഥ.

മറുനാടുകളിൽ സ്ത്രീ പുരുഷന്മാർ ഒരു സീറ്റിൽ പരസ്യമായി യാത്ര ചെയ്യുന്നതു



ആസിഫ് അലി കോമു

മാനേജിങ് ഡയറക്ടർ

കോമു സൺസ് പ്രൊഡക്ഷൻസ്

കൊണ്ട് രഹസ്യ സ്വഭാവങ്ങളുടെ സൂചനകൾ ഉണ്ടാകുന്നില്ല. എന്നാൽ കേരളത്തിലോ? അപ്രതീക്ഷിതമായി ഒന്നിച്ച് യാത്ര ചെയ്യേണ്ടി വന്നാൽ രഹസ്യ സ്വഭാവത്തിൽ നിന്നും പലതും ഉടലെടുക്കുന്നതായി കാണാം. പുറത്തുള്ളവരുടെ പരസ്യ യാത്രകളിൽ വളരെ നന്മകൾ കണ്ടെത്താവുന്നതാണ്.

മലയാളിമങ്കളടക്കം പലരുമിന്നു രഹസ്യമായി മദ്യത്തിനടിമകളാണ്. ഒരുപക്ഷേ മറുനാടിനേക്കാൾ മോശമായിരിക്കുന്നു ഇതെന്നു കാണാം. രഹസ്യമായി പരിപോഷിപ്പിക്കുന്നോറും തെറ്റുകൾ വളരുകയാണ്. പരസ്യമാക്കപ്പെടുന്നതോടെ തിരിച്ചറിവുണ്ടാവുകയും ഒഴിഞ്ഞു നിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. നിയമപാലകർ പരസ്യമായി ചോദ്യം ചെയ്യുന്നതോടെ തെറ്റുകളിൽ നിന്നുള്ള പിൻമാറ്റമുണ്ടാകുന്നു. ബോധവൽക്കരണ ചിത്രങ്ങളിലൂടെയും മാറ്റം ഉണ്ടാക്കുവാൻ സാധിച്ചിട്ടുണ്ട്.

പരസ്യമെന്ന വാക്കിൽതന്നെ ഒരു ത്യാഗ മനോഭാവമുണ്ട്. അപരനു നൽകാനുള്ളതാണ് പരസ്യം. അത് ഏറ്റവും നന്നായി, നല്ല നിലയിൽ നൽകുക എന്നതാണ് പരസ്യ ദാതാവിന്റെ ധർമ്മം. അതുകൊണ്ടുതന്നെ പരസ്യത്തെ ആരും തള്ളിപ്പറയില്ല എന്നാശിക്കാം. ദൃശ്യമാധ്യമങ്ങളിലെ പരസ്യങ്ങളിലൂടെ നാം ലോകമെന്താണെന്നു തന്നെ തിരിച്ചറിഞ്ഞു കഴിഞ്ഞിരിക്കുന്നു. കേരളത്തിലെ പരസ്യവിഭാഗക്കാർക്ക് ഇന്ത്യൻ ഉത്പന്നങ്ങളെ

ലോകത്തിന്റെ മുക്കിലും മൂലയിലും എത്തിക്കാൻ കഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. നമ്മുടെ പരസ്യ കമ്പനികൾക്കു ഇതിൽ അഭിമാനിക്കാം. വിദേശമലയാളികളിൽ ഈ പരസ്യങ്ങളുണ്ടാക്കിയിരിക്കുന്ന മാറ്റങ്ങൾ പഠന വിധേയമാക്കേണ്ടതാണ്. ഇന്ത്യൻ ഉത്പന്നങ്ങളുടെ ഗുണമേന്മ തിരിച്ചറിഞ്ഞതോടെ ഗൾഫുകാരടക്കമുള്ള മലയാളികൾ വിദേശത്തു നിന്നും വസ്തുക്കൾ കൊണ്ടുവരുന്നത് നിർത്തിയതോടെ ഇന്ത്യൻ വിപണി സമ്പന്നമായി. അതോടെ പ്രവാസി മലയാളികൾക്ക് പണലാഭവും കുടുംബ ഭദ്രതയുമുണ്ടായി. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ഊന്നി ഊന്നി പറയട്ടെ, നന്മ നിറഞ്ഞതെന്തും പരസ്യമാക്കണം. ഈ ലക്ഷ്യം നേടാൻ പരസ്യ മാധ്യമ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കായി നമുക്ക് കൈകോർക്കാം.





പരസ്യ രംഗത്തേക്കുള്ള

ചുവടുവയ്പ്...

1990-ൽ അവിചാരിതമായാണ് ഞാൻ പരസ്യരംഗത്തേക്കു കടന്നു വരുന്നത്. കോളേജ് വിദ്യാഭ്യാസത്തിനു ശേഷം തീവ്രമായ രാഷ്ട്രീയത്തിൽ ആകൃഷ്ടനായി നടന്ന കാലത്താണ് ജെലീറ്റയുടെ കോപ്പി റൈറ്ററെ ആവശ്യമുണ്ടെന്ന പരസ്യം എന്റെ ശ്രദ്ധയിൽപ്പെടുന്നത്. സംഗീതവും വായനയും കൈമുതലായുണ്ടായിരുന്ന എനിക്ക് കോപ്പി റൈറ്റിംഗ് അനുയോജ്യമായ മേഖലയാണെന്നൊരു തോന്നൽ. അതോടൊപ്പം സുഹൃത്തും കോപ്പിറൈറ്ററുമായിരുന്ന സിബിയുടെ പ്രോത്സാഹനവും കൂടിയായപ്പോൾ മനസ്സിലുറപ്പിച്ചു. അങ്ങനെ അപേക്ഷ അയച്ചു. ഇന്റർവ്യൂവിൽ പങ്കെടുത്തു. ജെലീറ്റയുടെ ചീഫ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് പി ടി ഏബ്രഹാം എന്ന തിരഞ്ഞെടുക്കുകയും ചെയ്തു. പിന്നെ പത്തു വർഷത്തോളം ഞാൻ ജെലീറ്റയോടൊപ്പം...

കരിയറിലെ ആദ്യകാലം...

റേഡിയോ പരസ്യമേഖലയിലേക്കാണ് ആദ്യം കടന്നു ചെന്നത്. ബാലപ്രസിദ്ധീകരണമായ പൂമ്പാറ്റയ്ക്കുവേണ്ടിയായിരുന്നു ആദ്യത്തെ പരസ്യം “പുവുകൾ തോറും പൂമ്പാറ്റ വീടുകൾ തോറും പൂമ്പാറ്റ” എന്ന റേഡിയോ ജിംഗിളാണ് ഇതിനായി എഴുതിയത്. യഥാർത്ഥത്തിൽ റേഡിയോ പരസ്യങ്ങൾ പരസ്യരചനയുടെ അടിസ്ഥാന പാഠങ്ങൾ പകർന്നു നല്കും. ഇത്തരം പരസ്യങ്ങൾക്ക് സെക്കന്റുകൾ മാത്രമാണ് അനുവദനീയമായ സമയം. ഇതിനുള്ളിൽ ബൃഹത്തായ ഒരു വിഷയത്തെ ഫലവത്തായി അവതരിപ്പിക്കുക എന്നത് ഒരു വലിയ വെല്ലുവിളി തന്നെയാണ്. തന്റെ സ്ഥാപനത്തിന്റെ ചരിത്രവും ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ മേന്മയും വിട്ടു പോകാതെ ചേർക്കാനും, ഇടയ്ക്കിടെ കടയുടെ പേര് ഇഫക്ടോടെ പറയാനും ആവശ്യപ്പെടുന്ന ക്ലൈന്റുകളാണ് പരസ്യ ഏജൻസികളിൽ ഇത്തരം പരസ്യങ്ങൾ ചെയ്യാൻ വരുന്നത്. ഇവരുടെ അംഗീകാരം നേടിയെടുക്കാൻ പരിശ്രമിക്കുന്നതിനിടയിൽ അനുയോജ്യമായ പദങ്ങൾ തിരഞ്ഞെടുക്കാൻ ഒരുപാട് വാക്കുകളി

ജ്യോതിസ് മേരി ജോൺ

‘വിരൽ തുമ്പിലെ സൂര്യൻ’ എന്ന പരസ്യവാചകം കേൾക്കാത്തവരുണ്ടാകില്ല. ബ്രെറ്റ് ലൈറ്റ് ടോർച്ചിന്റെ പരസ്യത്തിനു വേണ്ടി ഇത്രയും ചെറിയ വാക്കുകളിൽ സൂര്യനെ ജ്വലിപ്പിച്ചു നിർത്തിയ ആ കലാകാരനെക്കുറിച്ച് കേട്ടിട്ടുണ്ടോ....പി എൻ മുരളീകൃഷ്ണൻ എന്ന പ്രതിഭാധനനായ കോപ്പിറൈറ്ററാണ്.. മലയാള ഭാഷയുടെ ലാളിത്യവും മാധുര്യവും വാചകങ്ങളിലേക്കാവാഹിച്ച് പരസ്യങ്ങളുടെ കെട്ടിലും മട്ടിലും ഒരു നവീന ചാരുത തന്നെ അദ്ദേഹം പടുത്തുയർത്തി. ഹൃദയസ്पर्ശകമായ വാക്കുകളിലൂടെ ഉൽപന്നങ്ങളുടെ മേന്മയും പാരമ്പര്യവും ഉപഭോക്താക്കളുടെ മനസ്സിലേക്കു സന്നിവേശിപ്പിച്ചു. 4000 ത്തിലധികം റേഡിയോ പരസ്യങ്ങൾക്കും 50 ഓളം ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങൾക്കും വേണ്ടി രചന നിർവ്വഹിച്ച മുരളീകൃഷ്ണൻ കേരളത്തിലെ പ്രമുഖ പരസ്യ ഏജൻസിയായ ജെലീറ്റയിലാണ് തന്റെ ഔദ്യോഗിക ജീവിതം ആരംഭിച്ചത്. ആരോഗ്യവകുപ്പിലെ ഉദ്യോഗസ്ഥനായി പരസ്യങ്ങളുടെ ലോകത്തു നിന്ന് മാറിനിൽക്കുമ്പോഴും പരസ്യരചനയോടുള്ള തീരാത്ത അഭിനിവേശമാണ് അദ്ദേഹത്തിന്റെ മനസ്സു നിറയെ....

ലൂടെ മനസ്സ് കടന്നു പോകും. ഇതൊരു നല്ല പരിശീലനമാണ്. വേണ്ട പദങ്ങൾ മാത്രം തൂലികയിലേക്കു വരാൻ സഹായകരമാകും. റേഡിയോ പരസ്യങ്ങൾ ചെയ്യുന്നവർക്ക് വേറെയേതു മാധ്യമവും അനായാസം വഴങ്ങും...

റേഡിയോ - ടിവി പരസ്യങ്ങളെ താരതമ്യപ്പെടുത്തിയാൽ...

ടി വി പരസ്യങ്ങൾക്ക് വിഷയവും ഓഡിയോയും ഉണ്ട്. രുചിയും മണവും ഇഷ്ടാനിഷ്ടങ്ങളുമെല്ലാം ദൃശ്യങ്ങളിലൂടെ പ്രകടിപ്പിക്കാനാകും. ഒരു ഉല്പന്നത്തിന്റെ കാര്യത്തിലാണെങ്കിൽ നിറവും രുചിയും മേന്മയുമെല്ലാം ചിത്രങ്ങളുടെ സഹായത്തോടെ അവതരിപ്പിക്കാൻ സാധിക്കും. എന്നാൽ റേഡിയോ പരസ്യങ്ങളിൽ ഇതൊന്നും സാധ്യമല്ല. നല്ല ഭാഷാവിജ്ഞാനവും ലളിതമായി ഭാവങ്ങളെയും അനുഭവങ്ങളെയും ചുരുങ്ങിയ സമയത്തിനുള്ളിൽ അവതരിപ്പിക്കാനുള്ള വൈദഗ്ദ്ധ്യവും ഇതിന് അനിവാര്യമാണ്. എന്നാൽ മാത്രമേ റേഡിയോ പരസ്യങ്ങൾ ഇഫക്ടീവാകൂ...

റേഡിയോ പരസ്യരചനാകാലത്തെ ഹൃദയസ്पर्ശകമായ ഒരുവേം...

പ്രശസ്ത സംവിധായകൻ പത്മരാജന്റെ ‘ഞാൻ ഗന്ധർവ്വൻ’ എന്ന സിനിമയ്ക്കു വേണ്ടി ഒരു റേഡിയോ പരസ്യം തയ്യാറാക്കാൻ എനിക്ക് അവസരം ലഭിച്ചു. സിനിമ കാണാതെയാണ് അതിനു വേണ്ടി പരസ്യം എഴുതിയത്. “നിറങ്ങൾ കുമിഞ്ഞു പെരുകുന്ന പ്രകൃതിയുടെ വിശാലതയിൽ നമുക്കു ചെന്നു ചേരാം അവിടെ പാലപ്പുമൊട്ടുകളുടെ തപസ്സിലേക്കാം...” എന്നതായിരുന്നു പരസ്യവാചകം. ഈ സിനിമയ്ക്കു വേണ്ടി നാലു സ്പോട്ടുകളാണ് ചെയ്തത്. നാലും പത്മരാജനിഷ്ടമാവുകയും എന്നെ നേരിട്ട് കാണണമെന്ന് ആഗ്രഹം പ്രകടിപ്പിക്കുകയും ചെയ്തു പക്ഷേ.. അദ്ദേഹത്തിന്റെ അകാല നിര്യാണം ആ ഭാഗ്യം എനിക്ക് നഷ്ടപ്പെടുത്തി.

വിരൽതുമ്പിലെ സൂര്യനെക്കുറിച്ച്...

ബ്രെറ്റ് ലൈറ്റിന്റെ മാർക്കറ്റിംഗ് ചുമതലയുള്ള സാജൻ വർഗ്ഗീസ് എന്റെ സുഹൃത്തായ ബിനോയി ചാക്കോ മുഖാന്തരം തന്ന അവസരമാണ് വിരൽ തുമ്പിലെ സൂര്യന്റെ പിറവിക്ക് നാടിനായത്. പരസ്യം തയ്യാറാക്കുന്നതിൽ സാജൻ എനിക്ക് പൂർണ്ണസാതന്ത്ര്യം നല്കി. ആ സ്വാതന്ത്ര്യത്തിന്റെ സുഖത്തിലാണ് വിരൽ തുമ്പിലെ സൂര്യൻ പിറന്നത്. അന്ന് ഈ ബ്രെറ്റ്ലൈറ്റ് ഗൾഫിലും മലയാളികൾക്കിടയിലും പ്രസിദ്ധിയാർജ്ജിച്ച ഒരുൽപ്പന്നമായിരുന്നില്ല. അതിനു വേണ്ടി എഴുതിയ ഈ പരസ്യവാചകം ബ്രെറ്റ് ലൈറ്റിന്റെ നിർമ്മാതാക്കളായ ജർമ്മൻ കമ്പനിയിപ്പോൾ എല്ലാ ഭാഷകളിലുമുപയോഗിക്കുന്നു. 2002 -ൽ ഈ പരസ്യവാചകത്തിന് കമ്പനി എനിക്ക് അരലക്ഷം രൂപ പാരിതോഷികമായി നല്കി. ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങളിൽ വിഷയം എത്രമാറ്റിയുപയോഗിച്ചാലും

ടാഗ് ലൈൻ ആയി ഇന്നും ഈ വാചകം തന്നെയാണിടുന്നത്. പരസ്യ രചനയിൽ ഏറ്റവും പ്രാധാന്യം ആശയങ്ങൾക്കാണ്. അവ ആകർഷകവും ലളിതവുമായ ഭാഷയിൽ അവതരിപ്പിക്കുമ്പോൾ അവാച്യമായ ഒരനുഭൂതി തന്നെയാണ് അനുവാചകരിൽ സൃഷ്ടിക്കപ്പെടുന്നത്. അതോടൊപ്പം ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ഗുണവും മണവും പാരമ്പര്യവുമെല്ലാം അവരിലേക്കെത്തുന്നു.

പരസ്യരംഗത്തു ലഭിച്ച അംഗീകാരങ്ങൾ...

1990-ൽ പൂമ്പാറ്റയ്ക്കു വേണ്ടി ചെയ്ത പരസ്യത്തിനാണ് ആദ്യ അംഗീകാരം എന്നെ തേടിയെത്തിയത് ഒരിടയ്ക്കു നിന്നു പോയ ഈ ബാലമാസിക പുന: പ്രസിദ്ധീകരിച്ചപ്പോൾ ചെയ്ത “പുവുകൾ തോറും പൂമ്പാറ്റ വീടുകൾ തോറും പൂമ്പാറ്റ” എന്ന റേഡിയോ ജിംഗിളിനായിരുന്നു ആദ്യത്തെ നാഷണൽ അവാർഡ്. തുടർന്ന് രാധാസ് ആയുർവ്വേദിക്ക് സോപ്പ് (1991), താരാട്ടു തൊട്ടിൽ (1995), റാണി ടെൽസ്(1996), മലയാളം വീക്കിലി(1997), എന്നിവയ്ക്ക് റാഫാ നാഷണൽ അവാർഡു കിട്ടി. ഈവാ ഹവായ് (1996), ഔഷധി(1996) എന്നീ പരസ്യങ്ങൾക്ക് കൊച്ചിൻ ആഡ് ക്ലബിന്റെ പുരസ്കാരങ്ങളും ലഭിച്ചു. 1994-ൽ ഔഷധിയുടെ റേഡിയോ പരസ്യത്തിന് ദേശീയ തലത്തിൽ എ & എം ഗോൾഡൻ അവാർഡും ലഭിച്ചു.

കോപ്പി റൈറ്റിങ്ങിനെക്കുറിച്ച് പറയുകയാണെങ്കിൽ വളരെചുരുങ്ങിയ പദങ്ങൾക്കുള്ളിൽ ഒരു വലിയ ആശയത്തെ സംഗ്രഹിക്കേണ്ടി വരും. അടിസ്ഥാനപരമായി നിലനിൽക്കുന്നതാണ് കോപ്പി റൈറ്റിംഗ്. എന്റെ കാഴ്ചപ്പാടിൽ ഏറ്റവും മികച്ച കോപ്പികൾ പഴഞ്ചൊല്ലുകൾ തന്നെയാണ്..

പരസ്യ കലാകാരനെന്ന നിലയിൽ താങ്കളുടെ പ്രിയപ്പെട്ട സൃഷ്ടികൾ..

എൻഡോസർഫ്റ്റ് ദൃഷ്ടഫലങ്ങളെ പറ്റിയുള്ള പരസ്യം ചെയ്തത് എനിക്ക് മാനസിക സംതൃപ്തി നല്കി. ‘മരണം നൂറു മേനി’ എന്ന വാചകം അതിൽ ഉപയോഗിച്ചതു വഴി വിളമ്പു വർദ്ധിപ്പിക്കാനുള്ള കീടനാശിനിയിലൂടെ മരണം വിളയുന്നത് നൂറു മേനിയായിരിക്കും എന്ന ആശയം ഫലപ്രദമായി ആവിഷ്കരിച്ചെടുക്കാൻ സാധിച്ചു . ഹൃദയാമൃതിനു വേണ്ടി ചെയ്ത ‘കൊളസ്ട്രോൾ അണ്ടർ കൺട്രോൾ’ ധാത്രിക്ക് വേണ്ടി ചെയ്ത ‘ശരിക്കുമുള്ള മാറ്റം’ പിന്നെ ബ്രെറ്റ് ലൈറ്റിന്റെ തന്നെ മറ്റൊരുൽപ്പന്നമായ വിൻവെർത്ത് എമർജൻസി ലാമ്പിന്റെ ‘വീട്ടിലെ പവർസ്റ്റേഷൻ’, ‘മാറ്റുരയ്ക്കാൻ മറ്റൊന്നില്ല’ എന്നീ പരസ്യവാചകങ്ങളും നല്ല റിസൾട്ട് നല്കി. ഇവയെല്ലാം ഞാനിഷ്ടപ്പെടുന്നു.

പിന്തിരിഞ്ഞു നോക്കുമ്പോൾ...

എന്നിലെ കഴിവിനെ കണ്ടെത്തുകയും വേണ്ട പ്രോത്സാഹനങ്ങൾ നല്കുകയും ചെയ്ത പി.ടി ഏബ്രഹാമിനോടാണ് ഏറ്റവും കൂടുതൽ കടപ്പാടുള്ളത്. ജെലീറ്റ പോലെയൊരു പ്ലാറ്റ്ഫോം ലഭിച്ചതു തന്നെ എന്റെ ഭാഗ്യമാണ്.ജോയ് ആലുക്കാസിലെ ജോയ്, പ്രിൻസ് ജുവലറി, അകാടെക് വാട്ടർ ടാങ്ക്, കല്യാൺ ജുവല്ലേഴ്സ് എന്നീ ക്ലൈന്റുകളുടെ പരസ്യങ്ങൾ ചെയ്യാൻ കഴിഞ്ഞത് കരിയറിലെ നല്ല വഴിത്തിരിവായി മാറി. പിന്നെ ഈ കാലത്തിനിടയിൽ ക്യാമറാമാൻമാരായ രവി.കെ ചന്ദ്രൻ, പ്രതാപൻ, സംഗീത സംവിധായകരായ ശരത്, ദീപക് ദേവ്, ജോസഫ് മാടശ്ശേരി എന്നിങ്ങനെ ധാരാളം പ്രമുഖരോടൊപ്പം വർക്കു ചെയ്യാൻ സാധിച്ചു.

സൃഷ്ടികളുടെ ഹെസ്യമെന്റാണ്..

ചെറുപ്പം മുതൽ എനിക്ക് വായനയിൽ താൽപര്യമുണ്ടായിരുന്നു. കുറച്ചു സംഗീതവും കൈമുതലായുണ്ടായിരുന്നു. തബലയും സിത്താറും വായിക്കും.. ഇതൊക്കെ പിൽക്കാലത്ത് ഉപകാരപ്രദമായി. താളാത്മകമായി പരസ്യവാചകവും ജിംഗിളും തയ്യാറാക്കാൻ ഇതെന്നെ സഹായിച്ചു. ഒ.വി വിജയന്റെയും പി.കുഞ്ഞിരാമൻ നായരുടെയും ഭാഷാ ശൈലി എന്റെ പരസ്യരചനയെയും സ്വാധീനിച്ചിട്ടുണ്ട്.

പുതിയ പരസ്യമേഖലയും കോപ്പി റൈറ്റിംഗും...

പരസ്യങ്ങളിലെ പ്രസക്തഭാഗം എപ്പോഴും അതിന്റെ കോപ്പി തന്നെയാണ് അതിലൊരു കൺസെപ്റ്റ് അടങ്ങിയിരിക്കണമെന്ന് പ്രധാനമാണ്. ഇന്നത്തെ പരസ്യങ്ങളിൽ അതു കാണാനില്ല എന്നതാണ് പ്രശ്നം. സൃഷ്ടിപരമായ വർക്കുകളുടെ എണ്ണം ദിനംപ്രതി കുറഞ്ഞു വരുന്നു. ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങളെല്ലാം തന്നെ വെറും ഓഡിയോ-വിഷ്വൽ ബഹളങ്ങളായി മാറി. ജനഹൃദയങ്ങളിൽ തങ്ങി നിൽക്കുന്ന മലയാള ഭാഷയും സാംസ്കാരിക തനിമയും ചേരുന്ന പരസ്യങ്ങൾ ഇന്നില്ലാതായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. വായനയുടെ കുറവാണ് പ്രധാന കാരണം. ഇന്നത്തെ തലമുറയിൽ നിന്നും വായന അന്യമായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഇംഗ്ലീഷാണ് പരസ്യത്തിനേറ്റവും ഉത്തമമായത് എന്ന ഒരു ധാരണയും

ഇന്നു നിലവിലുണ്ട്. എന്നാൽ മലയാളി ഉപഭോക്താക്കളോട് സംവദിക്കാനെപ്പോഴും മലയാള ഭാഷ തന്നെയാണ് ഉത്തമം.

കോപ്പി റൈറ്റിങ്ങിനെക്കുറിച്ച് പറയുകയാണെങ്കിൽ വളരെചുരുങ്ങിയ പദങ്ങൾക്കുള്ളിൽ ഒരു വലിയ ആശയത്തെ സംഗ്രഹിക്കേണ്ടി വരും. അടിസ്ഥാനപരമായി നിലനിൽക്കുന്നതാണ് കോപ്പിറൈറ്റിംഗ്. എന്റെ കാഴ്ചപ്പാടിൽ ഏറ്റവും മികച്ച കോപ്പികൾ പഴഞ്ചൊല്ലുകൾ തന്നെയാണ്. പിന്നെ ഏറ്റവും ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട കാര്യം ഏത് കോപ്പി ചെയ്യുമ്പോഴും ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ സ്വഭാവമെന്തെന്ന് അറിയണം. ടാർഗറ്റ് ഓഡിയൻസിന്റെ തലത്തിൽ നിന്നു നമ്മൾ ചിന്തിക്കണം. അവർക്കൊരു ബുദ്ധിമുട്ടമുണ്ട് അതിനിണങ്ങുന്ന കോപ്പികൾ ഏറ്റവും ഇഫക്ടീവായിത്തീരും.

പുതിയ തലമുറയോട് പറയാനുള്ളത്...

വായനയാണ് അറിവിന്റെ അടിസ്ഥാനം. മലയാളം കോപ്പി റൈറ്റർമാരും ഈ മേഖലയിലേക്കു കടന്നു വരാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്നവരും നിശ്ചയമായും ഭാഷയെ മനസ്സിലാക്കണം. പി കുഞ്ഞിരാമൻ നായരുടെ 'കവിയുടെ കാൽപ്പാടുകൾ' എന്ന പുസ്തകമാണ് ഞാനവർക്കു വേണ്ടി നിർദ്ദേശിക്കുന്നത്. പദസഞ്ചയത്തിന്റെ വികാസത്തിനായി കിട്ടുന്നതെന്തും വായിക്കുക.. കണ്ണും കാതും തുറന്നു ജീവിക്കുക....

കുടുംബം.. ഭാവിപരിപാടികൾ..

ഭാര്യ ലത മ്യൂസിക് ടീച്ചറായിരുന്നു ഇപ്പോൾ ഹീരാ എന്നു പേരുള്ള ബുട്ടീക് നടത്തുന്നു. മക്കൾ ഹീരാ കൃഷ്ണനും ഹരി കൃഷ്ണനും.. ഇരട്ടകളാണ്. ക്രിയേറ്റീവായ മേഖലയിൽ നിന്നു വിട്ടു നിൽക്കുന്നത് വളരെയധികം മാനസിക വിഷമം ഉണ്ടാക്കുന്ന ഒന്നാണ്. പരസ്യരംഗത്തക്കു മടങ്ങി വരണമെന്നതാണ് ഏറ്റവും വലിയ ആഗ്രഹം. ●

എഫ്.എം റേഡിയോ

ഇന്ത്യയിൽ ആദ്യത്തെ എഫ്.എം സ്റ്റേഷൻ കൊണ്ടുവന്നത് എ. ഐ. ആർ (ഓൾ ഇന്ത്യാ റേഡിയോ) ആണ്. 1972 ൽ മദ്രാസിലും 1992 ൽ ജലന്തറിലും എഫ്.എം സ്റ്റേഷനുകൾ സ്ഥാപിക്കപ്പെട്ടു. അങ്ങനെ തരംഗമായ എഫ്.എമ്മുകൾ ജോലിയുടെയും, വിനോദത്തിന്റെയും വിപുലമായ ലോകം തുറന്നു.

അന്നും ഇന്നും സാധാരണക്കാരന്റെ ആത്മമിത്രമാണ് റേഡിയോ. എന്നാൽ ആരംഭകാലത്ത് എ.എം റേഡിയോ മാത്രമേ നിലവിലുണ്ടായിരുന്നുള്ളൂ. എ എമ്മിനു ഓഡിയോ നിലവാരം കുറവായിരുന്നു. അതോടൊപ്പം മറ്റു പല പോരായ്മകളുമുണ്ടായിരുന്നു. ഇതിനു പരിഹാരമായാണ് എഡിൻ ഹോവാർഡ് ആംസ്ട്രോങ്ങ് 1933 ഡിസംബർ 26-നു റേഡിയോ രംഗത്ത് പുതു മ സൃഷ്ടിച്ച എഫ്.എം. കണ്ടുപിടിക്കുന്നത്. ആദ്യകാലങ്ങളിൽ വിരളമായിരുന്ന എഫ്.എം സ്റ്റേഷനുകൾ പ്രക്ഷേപണം ആരംഭിച്ച് ഏതാനും വർഷങ്ങൾക്കുള്ളിൽ ലോകമെങ്ങും ജനപ്രീതി ആർജിച്ചു.

ടെലിവിഷന്റെ വരവോടെ റേഡിയോ ശ്രോതാക്കളുടെ എണ്ണത്തിൽ ഉണ്ടായ കുറവു നികന്നത് എഫ്.എം റേഡിയോയുടെ കടന്നുവരവു മൂലമാണ്. 1969-ൽ Leui dorren quardaplex ഒറ്റ സ്റ്റേഷനിൽ നിന്നും പ്രക്ഷേപണം ചെയ്യുന്ന ഫോർ ചാനൽ എഫ്.എം ആരംഭിച്ചു. എഫ്.എം സ്റ്റേഷനു

കളിലെ പരിപാടികൾ അവതരണ ശൈലികൊണ്ടും, പുതുമകൊണ്ടും ശ്രോതാക്കളുടെ മനം കവർന്നു ആദ്യ വാണിജ്യ എഫ്.എം സ്റ്റേഷനായിരുന്നു അമേരിക്കയിലെ WIOB. ഇന്ത്യയിൽ ആദ്യത്തെ എഫ്.എം സ്റ്റേഷൻ കൊണ്ടുവന്നത് എ. ഐ. ആർ (ഓൾ ഇന്ത്യാ റേഡിയോ) ആണ്. 1972 ൽ മദ്രാസിലും 1992 ൽ ജലന്തറിലും എഫ്.എം സ്റ്റേഷനുകൾ സ്ഥാപിക്കപ്പെട്ടു. അങ്ങനെ തരംഗമായ എഫ്.എമ്മുകൾ ജോലിയുടെയും, വിനോദത്തിന്റെയും വിപുലമായ ലോകം തുറന്നു.

ഇന്ന് കേരളത്തിനകത്തും പുറത്തുമായി ഒരുപാട് പ്രൈവറ്റ് എഫ്.എം സ്റ്റേഷനുകൾ ഉണ്ട്. സംഗീതപരിപാടികൾക്കാണ് പ്രാധാന്യമെങ്കിലും അതിനുപുറമേ വിനോദ പരിപാടികൾ, കായികം, രാഷ്ട്രീയം, എന്നീ മേഖലയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പരിപാടികൾ തുടങ്ങിയവ എഫ്.എം. റേഡിയോയുടെ വളർച്ചയ്ക്കു മുതൽകൂട്ടായി. കേരളത്തിലെ വീട്ടമ്മമാർ അടുക്കളയിൽ പാചകം ചെയ്യുമ്പോൾ അവിടത്തെ സന്തത സഹചാരിയാണ് ഇന്ന് എഫ്.എം റേഡിയോ. റേഡിയോ ജോക്കികളായി ജോലി ചെയ്യാൻ ഇന്നത്തെ തലമുറ വളരെയേറെ താല്പര്യപ്പെടുന്നു. പരിമിതമായ കവറേജിൽ കൂടുതൽ ഫ്രീക്വൻസിയിൽ പരിപാടികൾ ആസ്വദിക്കാം എന്നതാണ് എഫ്.എം റേഡിയോകളുടെ പ്രത്യേകത. ഇന്ത്യയിൽ മൊത്തം 37 എഫ്.എം സ്റ്റേഷനുകളാണ് ഉള്ളത്. സൽസരണി മലയാളം, റെഡ് എഫ്. എം, റേഡിയോ മിർച്ചി, റേഡിയോ മീഡിയാ വില്ലേജ്, റേഡിയോ മാംഗോ, റേഡിയോ ഡിസി, റേഡിയോ സിറ്റി, ക്ലബ്ബ് എഫ്. എം, അനന്തപുരി തുടങ്ങിയവ മലയാളത്തിലെ പ്രമുഖ എഫ്.എം സ്റ്റേഷനുകളാണ്. ദിനപത്രങ്ങൾക്കും, ചാനലുകൾക്കും സ്വന്തമായി എഫ്.എം സ്റ്റേഷനുകൾ ഉണ്ട്.

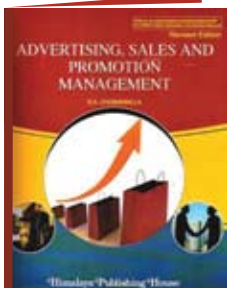
പണ്ട് റേഡിയോകളിൽ ചെറുപ്പക്കാർ ജോലി ചെയ്യുന്നത് വിരളമായിരുന്നു. എന്നാൽ ഇന്ന് കാലം മാറി എഫ്.എം സ്റ്റേഷനുകളിൽ റേഡിയോ ജോക്കികളായി വർക്ക് ചെയ്യുന്നത് കൂടുതലും ചെറുപ്പക്കാരാണ്. അവർ ഇത് ഒരു പ്രൊഫഷനായി തന്നെ സ്വീകരിച്ചു. പ്രതിഭയുള്ള ധാരാളം പേർ ഈ രംഗത്തേക്ക് വന്നപ്പോൾ ധാരാളം എഫ്.എമ്മുകളും ഉണ്ടായി. റേഡിയോ ജോക്കിങ് ഒരു പാഷനായി കാണുക അതാണ് ഇക്കാലത്തെ യുവത്വം നൽകുന്ന സന്ദേശം. ●



എഡിൻ ഹോവാർഡ് ആംസ്ട്രോങ്ങ്

പുസ്തക പരിചയം

Advertising Sales and Promotional Management



മാനേജ്മെന്റ് മേഖലയിലെ പ്രമുഖ എഴുത്തുകാരനും, ചിന്തകനുമായ S.A Chunawalla യുടെ പ്രധാനപ്പെട്ട പുസ്തകങ്ങളിലൊന്നാണ് Advertising Sales and Promotional Management അഡർടെസിംഗിന്റേയും, മാനേജ്മെന്റിന്റേയും അടിസ്ഥാന തത്ത്വങ്ങളിൽ ആരംഭിച്ച്, പ്രധാന കേസ് സ്റ്റഡികൾ വിശകലനം ചെയ്താണ് ഈ പുസ്തകം തയ്യാറാക്കിയിരിക്കുന്നത്. 41 അദ്ധ്യായങ്ങളുള്ള പുസ്തകത്തിൽ പ്രിന്റ്- ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങളിൽ പരസ്യത്തിന്റെ സാധ്യതകൾ, പ്രധാന പരസ്യ ഏജൻസികൾ, സെയിൽസ് പ്രമോഷന്റെ വിവിധ ഘട്ടങ്ങൾ എന്നിവയെ സംബന്ധിച്ച വിശദമായ വിലയിരുത്തലുകളാണ് S.A Chunawalla നടത്തിയിരിക്കുന്നത്. പരസ്യങ്ങളെപ്പോലെ തന്നെ മറ്റു പ്രമോഷണൽ ആക്റ്റിവിറ്റികൾക്കും തുല്യ പ്രാധാന്യമാണുള്ളത്. പ്രമോഷണൽ പ്രോഗ്രാമുകളുടെ ഓരോ ഘട്ടവും എങ്ങനെ കൈകാര്യം ചെയ്യണമെന്നും, പ്രയോജനപ്പെടുത്തണമെന്നും പുസ്തകത്തിൽ വിവരിക്കുന്നു. പ്രമോഷണൽ മാനേജ്മെന്റ്, കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ മാനേജ്മെന്റ് വിഷയങ്ങൾ പഠിക്കുന്ന വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും,

ഈ മേഖലയിൽ ജോലി ചെയ്യുന്നവർക്കും പ്രയോജനപ്പെടുന്ന പുസ്തകമാണിത്. ഹിമാലയ പബ്ലിക്കേഷൻ ഹൗസാണ് പുസ്തകം പുറത്തിറക്കിയിരിക്കുന്നത്. ഇപ്പോൾ വിപണിയിലുള്ള പുസ്തകത്തിന്റെ 500 എഡിഷന്റെ (സ്റ്റുഡൻസ് എഡിഷൻ) വില 430 രൂപയാണ്.



Ad film Shoot

ഓർമ്മയുടെ തിരയിളക്കത്തിൽ പോപ്പി

അയ്യപ്പൻ്റെ നെയ്യപ്പം ചുട്ടു എന്ന ഗാനം പാടി തിമിർക്കുന്ന ബീച്ചിലെ കുട്ടികൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത് ജംബെ ഡ്രമുകളാണ്. ആഫ്രിക്കയിൽ സഹാറ മരുഭൂമിയുടെ പരിസരങ്ങളിലുള്ള ജനപഥങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച ഏറ്റവും പ്രാചീനമായ വാദ്യോപകരണങ്ങളിലൊന്നാണ് ജംബെ.

ബാറ്റൺ ബോസ്

ഏപ്രിൽ 20 തീങ്കളാഴ്ച സമയം രാവിലെ 10 മണി. സ്ഥലം മാരാരിക്കുളം ബീച്ച്, ആലപ്പുഴ ജില്ല വെയിലും തെങ്ങിൻതലപ്പുകളുടെ നിഴലും ഈ ചേർത്തു കിടക്കുന്ന ബീച്ച്. അവിടെ നാട്ടുകാരും ടൂറിസ്റ്റുകളും കൂട്ടം ചേർന്നുനിന്ന് കൗതുകത്തോടെ ഒരു പുതിയ കാഴ്ച കാണുന്നു. ഒരു ഡസനോളം ആൺകുട്ടികളാണ് വർണ്ണാഭമായ ഡ്രസുകൾ ധരിച്ച് ജംബെ ഡ്രംസ് വായിക്കുന്നു. ചിരിച്ചുല്ലസിച്ച് ജംബെ വായിക്കുന്ന താളത്തിനൊപ്പം നൃത്തം വയ്ക്കുന്ന പെൺകിടാങ്ങൾ. നാട്ടുകാരിതുവരെ കേട്ടിട്ടില്ലാത്ത ഒരു താളമാണ്. കാഴ്ചക്കാർ താളത്തിലും നൃത്തത്തിലും ലയിച്ചിരിക്കുമ്പോൾ ബോക്സിലൂടെ ഒരു ആജ്ഞാ ശബ്ദം.. കട്ട്.. ജംബെ ഡ്രംസ് അടിച്ചിരുന്ന കൈകൾ നിശ്ചലമായി. നർത്തകികളുടെ ചുവടുവെയ്പുകൾ നിന്നു. ട്രാക്കിലൂടെ മുഖ് ചെയ്ത് ട്രോളി നിന്നു.

തെങ്ങിനു മുകളിൽ മറഞ്ഞെന്നവണ്ണം നിന്ന ക്രെയിനിലെ റെഡ് എപിക് സെക്കന്റ് ക്യാമറ താണു വന്നു. അപ്പോഴാണതൊരു ഷൂട്ടിംഗാണെന്നു വ്യക്തമായത്.

മലയാളികളെ മഴ നനയ്ക്കാതെ സംരക്ഷിക്കുന്ന പോപ്പി കൂടെ യുടെ ഏറ്റവും പുതിയ പരസ്യ ഷൂട്ടിംഗാണിത്. പരസ്യരംഗത്തെ സുപ്പർ സംവിധായകനായ മാത്യു പോളും പ്രശസ്ത ഛായാഗ്രാഹകനായ സാജൻ കളത്തിലും ചേർന്നാണ് ഈ പരസ്യ ചിത്രം അണിയിച്ചൊരുക്കുന്നത്.

മാരാരിക്കുളം ബീച്ചിൽ നിറപകിട്ടാർന്ന കൊടികളും കസേരകളും ടെന്റുകളും ഒരുക്കി ആർട്ട് ഡയറക്ടർ മനു ജഗത് ബീച്ചിനെ കൂടുതൽ സുന്ദരമാക്കിയിരിക്കുന്നു. 10.30 ആയപ്പോൾ വെയിലിനു ശക്തി കൂടി. കടൽ തിളച്ചു മറിയാൻ തുടങ്ങി. ഷൂട്ട് ബ്രേക്ക് ആയി. ഇനി

പരസ്യം	- പോപ്പി കൂട
ആർട്ട്	- മനു ജഗത്ത്
മേക്കപ്പ്	- ജോ കൊരട്ടി
എഡിറ്റർ	- ടിജോ
പ്രൊഡക്ഷൻ മാനേജർ	- ടോണി
ക്യാമറ	- സാജൻ കളത്തിൽ
സംവിധാനം	- മാത്യു പോൾ

വെയിലിന്റെ കാഠിന്യം കുറഞ്ഞതിനുശേഷം- 3 മണിക്കൂശേഷമാണ് ചിത്രീകരണം.

ബ്രേക്ക് സമയത്ത് സംവിധായകൻ മാത്യു പോൾ പരസ്യത്തെപ്പറ്റി പറഞ്ഞു. മലയാളികൾ ആബാലവൃദ്ധം പാടിക്കൊണ്ടു നടന്ന പാട്ടാണ്

മഴ മഴ കൂട കൂട
മഴ വന്നാൽ പോപ്പി കൂട

ഈ പാട്ടിനൊപ്പം പോപ്പി കൂടയും കുട്ടികളുടെ പ്രിയപ്പെട്ടതായി. വർഷങ്ങൾക്കു മുൻപ് മാത്യു പോൾ ചെയ്ത പോപ്പിയുടെ പരസ്യം ഒന്നുകൂടി പരിഷ്കരിച്ചു.

അയ്യപ്പൻ്റെ നെയ്യപ്പം ചുട്ടു
മഴ വന്നാൽ പോപ്പികൂട
വടികൊണ്ടു തല്ലല്ലേ സാറേ
പോപ്പി കൂടകൊണ്ട് തല്ലിക്കോ വേണേൽ
ഈ പാട്ടും പരസ്യവും സുപ്പർഹിറ്റായി.

പഴയ പാട്ടുകൾ പുതിയ തലമുറ മറന്നു. അതുകൊണ്ട് പഴയ പാട്ടിനെ പുതിയ ദൃശ്യങ്ങളിൽ ന്യൂ ജനറേഷൻ ആക്കിയാണ് ഈ പരസ്യം ചെയ്യുന്നത്.

അയ്യപ്പൻ്റെ നെയ്യപ്പം ചുട്ടു എന്ന ഗാനം പാടി തിമിർക്കുന്ന ബീച്ചിലെ കുട്ടികൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത് ജംബെ ഡ്രമുകളാണ്. ആഫ്രിക്കയിൽ സഹാറ മരുഭൂമിയുടെ പരിസരങ്ങളിലുള്ള ജനപഥങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച ഏറ്റവും പ്രാചീനമായ



വാദ്യോപകരണങ്ങളിലൊന്നാണ് ജംബെ. മാത്യു പോൾ തന്നെ അത് രൂപകല്പന ചെയ്ത് ഉണ്ടാക്കുകയായിരുന്നു.

കുട്ടികളുടെ ആഘോഷം കണ്ട് ബീച്ചിലെത്തുന്ന സ്കൂൾ ബോയ് സ് ആ താളത്തിൽ ആകൃഷ്ടരാവുകയും അവരോടൊപ്പം പാടി തിമിർക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.




അയ്യപ്പൻ്റെ നെയ്യപ്പം ചുട്ടു
മഴ വന്നാൽ പോപ്പികൂട
ഓർമ്മയുടെ തിരയിളക്കത്തിൽ പോപ്പിയുടെ പുതിയ പരസ്യം ജനിക്കുകയാണ്, വീണ്ടും ഒരു ഹിറ്റാകാൻ.



BORE TECH SERVICES

SOIL INVESTIGATION & FOUNDATION DESIGNING

Specialised in: ▶ Soil Investigation (Land & Water) ▶ Bridges Boring ▶ Rock Boring



We have the pleasure to introduce ourselves as the preferred company for Soil Investigation work in Civil Engineering Field throughout Kerala and its neighboring states for over a decade. To be precise we started our operations in the year 1998, doing small works. We have qualified engineers and supervisors who execute each project with precision. This has been our hallmark and all our clients are immensely satisfied. Within a span of few years we qualified to do works for various Government departments. We are also privileged to inform you that we have the distinction to carry out most of the private works from leading builders and developers within Kerala.

Some of the Major Projects executed by us are as follows:-

Kerala PWD | Central PWD | KHRI | National Center for Earth Science Studies (NCESS), Trivandrum | KSEB Tower projects | CEG Test House, Jaipur | CSIR (Govt. of India), New Delhi (Climatic Study in Lakshadweep Islands) | EGIS India Pvt. Ltd., New Delhi | Larsen & Toubro (L&T ECC Ltd) | ESSAR Projects India Ltd. | CORRETECH INTERNATIONAL, Ahmedabad | ERA Group, New Delhi | RAY Engineering for Smart City, Kochi | Thyssenkrupp Industries India Ltd., Pune | N.M.T.P.L, Orissa | Sohams Foundation Engineering Pvt. Ltd., Navi Mumbai for Vallarpadom Container Terminal, Kochi | Kannur International Airport Ltd (KIAL) | Kochi Metro Rail Ltd. | DMRC | Light Metro Rail Projects in Trivandrum & Calicut | All Most all Major Builders & Developers in Kerala | Tower for all Major Mobile Service Provider all Over Kerala.

Door No. 1/137F, Maloth, Chavara Road, Koonammavu P.O., Kochi - 683518. Phone & Fax: 0484-2513994
Mobile: +91 9567038899, +91 9447817345. www.boretechservices.com, boretechservices@gmail.com



Online advertising

Search

പരസ്യത്തിന്റെ പുതുനിറമായി ഓൺലൈൻ അഡ്വർടൈസിംഗ്

ഇന്റർനെറ്റ് അഡ്വർടൈസിംഗിലൂടെ പല രാജ്യങ്ങളും നികുതിയിനത്തിൽ കോടികൾ സ്വാദിക്കാൻ തുടങ്ങി. 2012 നെ അപേക്ഷിച്ചു ഇന്റർനെറ്റ് അഡ്വർടൈസിംഗിന്റെ നികുതിയിനത്തിൽ 18 ശതമാനം വർധനവാണ് അമേരിക്കയിൽ രേഖപ്പെടുത്തിയത്. 20.1 മില്ല്യൺ ഡോളറാണ് ആ വർഷം അമേരിക്കൻ വജനാവിലേക്കു ഒഴുകിയെത്തിയത്.

പരസ്യം ചെയ്യുക എന്നത് ചിലവേറിയ ഒരു കാര്യമായി കണ്ടിരുന്ന ഒരു കാലമുണ്ടായിരുന്നു. എന്നാൽ വിവരസാങ്കേതികവിദ്യ വീരൽത്തുമ്പോളം എത്തി നില്ക്കുമ്പോൾ ഇതൊക്കെ എത്രയോ നിസ്സാരം എന്നാണ് പുതുതലമുറയുടെ കമന്റ്. ഓൺലൈൻ അഡ്വർടൈസിംഗിന്റെ കടന്നു വരവോടെ പരസ്യ മേഖല അടിമുടി മാറ്റത്തിന്റെ പാതയിലാണെന്നു പറയാം. ഒരു കാലത്ത് ഇന്റർനെറ്റ് പടിക്കു പുറത്തു നിർത്തിയിരുന്ന പരസ്യങ്ങളാണ് ഇന്നത്തെ താരങ്ങൾ. ഇമെയിൽ മാർക്കറ്റിംഗ്, സെർച്ച് എൻജിൻ മാർക്കറ്റിംഗ്, സോഷ്യൽ മീഡിയ മാർക്കറ്റിംഗ് എന്നിങ്ങനെ പല വകഭേദങ്ങൾ ഉണ്ടെങ്കിലും അവയെല്ലാം ഓൺലൈൻ അഡ്വർടൈസിംഗ് തന്നെയാണ്.

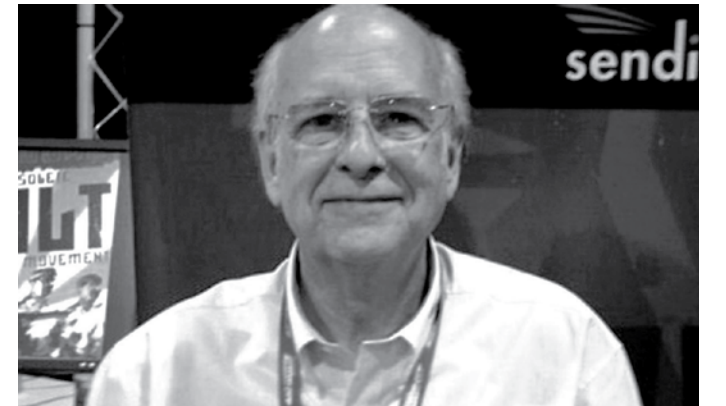
ഓൺലൈൻ അഡ്വർടൈസിംഗിന്റെ ചരിത്രം പരിശോധിക്കുകയാണെങ്കിൽ ഒരിക്കലും മറക്കാനാവാത്ത രണ്ടു പേരുകളാണ് അർപാനെറ്റും എൻഎസ്എഫ് നെറ്റും. പരസ്യ സ്വഭാവമുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ ചെയ്തതിനു ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കാൻ അനുമതി നിഷേധിക്കപ്പെട്ട നെറ്റ്വർക്കുകളാണിത്. എന്നാൽ എൻഎസ്എഫ് നെറ്റ് 1991 ൽ തങ്ങൾക്കെതിരെ നിലനിന്നിരുന്ന നിരോധനം ഘട്ടം ഘട്ടമായി റദ്ദാക്കി. ആദ്യമായി ഓൺലൈൻ അഡ്വർടൈസിംഗ് പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടത് 1978 മെയ് 3ന് ഇലക്ട്രോണിക് മെയിലിലൂടെയായിരുന്നു. ഡി.ഇ.സി (Digital Equipment Corporation) യിലെ ഗാരി തുർക്ക് അമേരിക്കയിലെ വെസ്റ്റ്കോസ്റ്റിൽ താമസിക്കുന്ന അർപാനെറ്റ് ഉപയോക്താക്കൾക്ക് ഡി.ഇ.സിയുടെ പുതിയ മോഡൽ കമ്പ്യൂട്ടറിനെ പരിചയപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ടുള്ളതായിരുന്നു ആ പരസ്യം.

ആ പരസ്യത്തോടെ ഇലക്ട്രോണിക് മെയിൽ മാർക്കറ്റിംഗ് വളരാൻ തുടങ്ങി. ഇന്റർനെറ്റിന്റെ പടിവാതിൽ പരസ്യങ്ങൾക്കായി തുറന്നിടുന്ന കാഴ്ചയാണ് പിന്നീട് ലോക മാർക്കറ്റ് കണ്ടത്. അങ്ങനെ ഓൺലൈൻ പരസ്യങ്ങളുടെ പല വിഭാഗങ്ങളും അവതരിച്ചുതുടങ്ങി. 1990 കളിൽ ബാനർ പരസ്യങ്ങൾ ശ്രദ്ധാകേന്ദ്രങ്ങളാകാൻ തുടങ്ങി. ഒറ്റ ക്ലിക്ക്ിലൂടെ പരസ്യങ്ങൾ കാണാൻ സഹായിക്കുന്ന ആദ്യത്തെ വെബ് പരസ്യം ഗ്ലോബൽ നാവിഗേറ്റർ, സിലിക്കോൺ വാലിയിലെ ഒരു നിയമ സ്ഥാപനത്തിനു 1993 ൽ വിറ്റു. പുതുയുഗത്തിന്റെ സ്പന്ദനമായ ഗൂഗ്ലും 2000 ൾ ആണ്ടിൽ തങ്ങളുടെ പുതിയ ആശയം സാക്ഷാത്കരിച്ചു. അഡ്വർടൈസിംഗ് പ്രോഗ്രാമുകൾ സെർച്ചു ചെയ്യുന്നതിനായി 'ആഡ് വേഡ്സ്' എന്ന നൂതന സംവിധാനം അവതരിപ്പിച്ചത് ഗൂഗ്ലിൽ ആയിരുന്നു, 2002 ൽ ഇത്തരം ആഡ് പ്രോഗ്രാമുകളുടെ മേന്മയെ അടിസ്ഥാനമാക്കി അവയ്ക്കു റാങ്കിംഗും ഏർപ്പെടുത്തി.

അങ്ങനെ ഓൺലൈൻ അഡ്വർടൈസിംഗ് മനുഷ്യന്റെ നിത്യ ജീവിതത്തിന്റെ ഭാഗമാവാൻ തുടങ്ങി. ഇന്റർനെറ്റ് അഡ്വർടൈസിംഗിലൂടെ പല രാജ്യങ്ങളും നികുതിയിനത്തിൽ കോടികൾ

സ്വാദിക്കാൻ തുടങ്ങി. 2012 നെ അപേക്ഷിച്ചു ഇന്റർനെറ്റ് അഡ്വർടൈസിംഗിന്റെ നികുതിയിനത്തിൽ 18 ശതമാനം വർധനവാണ് അമേരിക്കയിൽ രേഖപ്പെടുത്തിയത്. 20.1 മില്ല്യൺ ഡോളറാണ് ആ വർഷം അമേരിക്കൻ വജനാവിലേക്കു ഒഴുകിയെത്തിയത്. ഇന്ന് ഓൺലൈൻ പരസ്യങ്ങൾ സർവ്വ സാധാരണമാണ്. കമ്പ്യൂട്ടർ സൈറ്റുകളിൽ നിന്നും മൊബൈൽഫോണുകളിലേക്കും ഓൺലൈൻ പരസ്യങ്ങൾ ചേക്കേറിയിരിക്കുന്നു. മൊബൈൽഫോണുകളുടെ വ്യാപക ഉപയോഗം ഓൺലൈൻ പരസ്യങ്ങളെ കൂടുതൽ സ്വാധീനിച്ച് മൊബൈലുകളിലേക്കുള്ള വഴി തുറന്നുകൊടുത്തു. എസ്.എം.എസ്സുകൾ, എം.എം.എസ്സുകൾ എന്നിവയ്ക്കു പുറമേ മൊബൈൽ വെബ്സൈറ്റുകൾ, ആപ്ലിക്കേഷനുകൾ, ഗെയിമുകൾ എന്നിവയ്ക്കൊപ്പവും ഓൺലൈൻ പരസ്യങ്ങൾ പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടു തുടങ്ങി.

ഓൺലൈൻ പരസ്യങ്ങൾ ജനപ്രിയമാകാൻ നിരവധി കാരണങ്ങൾ വേറെയുമുണ്ട്. മറ്റു പരസ്യങ്ങളെ അപേക്ഷിച്ച് കുറഞ്ഞ ചിലവിൽ ഇവ തയ്യാറാക്കാൻ സാധിക്കുമെന്നത് വലിയ മേന്മയാണ്. മറ്റു അച്ചടി-ദൃശ്യ മാധ്യമങ്ങളിൽ പരസ്യം ചെയ്യാൻ ലക്ഷങ്ങൾ പൊടിക്കുമ്പോൾ അതിന്റെ ചെറിയൊരംശം മാത്രം മൂടക്കി ഓൺലൈൻ



ഗാരി തുർക്ക്

പരസ്യങ്ങൾ ചെയ്യാൻ സാധിക്കും. മികച്ച പ്രതികരണങ്ങൾ ഇത്തരം പരസ്യങ്ങൾക്കു ലഭിക്കുന്നു. എല്ലാ പത്ര-ദൃശ്യ മാധ്യമങ്ങൾക്കും പ്രത്യേക ഉപഭോക്താക്കളെ മാത്രം കേന്ദ്രീകരിച്ചു പരസ്യം നല്കാൻ കഴിയാറില്ല. എല്ലാത്തരം ആളുകളിലേക്കും പരസ്യങ്ങൾ എത്തുന്നു. എന്നാൽ നിശ്ചിത ഉപഭോക്താക്കളിലേക്കു മാത്രം പരസ്യം എത്തിക്കാൻ ഓൺലൈൻ പരസ്യങ്ങൾക്കു കഴിയും. ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സ്വയം തങ്ങളുടെ താല്പര്യത്തിനനുസരിച്ചുള്ള ഉത്പന്നങ്ങളെ/സർവ്വീസുകളെ ഫോളോ ചെയ്യാനുള്ള സംവിധാനം ഇന്നുണ്ട്. അത്തരം പ്രോഡക്ടുകളുടെ പരസ്യം മാത്രമേ ആ ഉപഭോക്താവിനെ തേടിയെത്തുകയുള്ളൂ. പരസ്യ ദാതാവിനും ഒപ്പം ഉപഭോക്താവിനും ഈ സംവിധാനം വളരെയധികം ഗുണം ചെയ്യും. മറ്റു മാധ്യമങ്ങളുടെ പരസ്യങ്ങൾ അവയുടെ പരിധിക്കുള്ളിൽ വരുന്ന ആളുകൾ മാത്രമാണ് കാണുന്നത്. എന്നാൽ ഒരു ഓൺലൈൻ പരസ്യം തയ്യാറാക്കി റിലീസ് ചെയ്യുമ്പോൾ ലോകത്തിന്റെ ഏതറ്റത്തുള്ളയാൾക്കും ഇന്റർനെറ്റിന്റെ സഹായത്തോടെ പരസ്യം കാണാൻ സാധിക്കുന്നു. ഇത്തരത്തിൽ അനവധി പ്രയോജനങ്ങൾ ഓൺലൈൻ പരസ്യങ്ങൾക്കുണ്ട്. എന്നാൽ ഓൺലൈൻ പരസ്യങ്ങളുടെ മറവിൽ പല തട്ടിപ്പുകളും നടക്കുന്നുണ്ട്. ഇവയെ ചെറുക്കുന്നതിനായി 'ആഡ് ബ്ലോക്കിംഗ്' എന്ന സംവിധാനവും നിലവിലുണ്ട്. നമുക്ക് കാണാൻ താല്പര്യമില്ലാത്ത പരസ്യങ്ങളെ ഒഴിവാക്കാൻ ഈ സംവിധാനത്തിലൂടെ കഴിയുന്നു. പരസ്യ ലോകത്ത് വിപ്ലവകരമായ മാറ്റങ്ങളാണ് ഉണ്ടായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. ഓൺലൈൻ പരസ്യങ്ങൾ ആ മാറ്റങ്ങൾക്കു ചുക്കാൻ പിടിച്ചു മുന്നിൽ തന്നെയുണ്ട്. ●



തിങ്കൾ മുതൽ വെള്ളി വരെ - കണ്ണൻ താമരക്കുളം

പൂർണ്ണമായും ടി.വി സീരിയലുകളുടെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ ടി.വി താരങ്ങൾ ഉൾപ്പെടെ അഭിനയിക്കുന്നതുമായ ആദ്യത്തെ സിനിമയാണ് കണ്ണൻ താമരക്കുളം ഒരുക്കുന്ന തിങ്കൾ മുതൽ വെള്ളി വരെ.

ബാറ്റൺ ബോസ്

കുടുംബിനികളുടേയും നാടൻ പെൺകിടാങ്ങളുടേയും സ്വപ്നങ്ങൾ നെയ്യുന്നതും ഉറക്കം കെടുത്തുന്നതുമാണ് ടെലിവിഷനിലെ മെഗാ സീരിയലുകൾ. ദൂരദർശനിൽ 13 എപ്പിസോഡുകളിലായി തുടങ്ങിയ സീരിയൽ സ്വകാര്യ ടി.വി ചാനലുകളിൽ രണ്ടായിരവും മൂവായിരവും എപ്പിസോഡുകളായി വളർന്നു. അത്രയധികം ജനപ്രിയങ്ങളായി സീരിയലുകൾ. പൂർണ്ണമായും ടി.വി സീരിയലുകളുടെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ ടി.വി താരങ്ങൾ ഉൾപ്പെടെ അഭിനയിക്കുന്നതുമായ ആദ്യത്തെ സിനിമയാണ് കണ്ണൻ താമരക്കുളം ഒരുക്കുന്ന തിങ്കൾ മുതൽ വെള്ളി വരെ.

മൂന്നു സൂപ്പർ ഹിറ്റ് സീരിയലുകൾ എഴുതുന്ന ആളാണ് ജയദേവൻ ചുങ്കത്തറ (ജയറാം). മൂന്നു സീരിയലുകളുടേയും പ്രൊഡ്യൂസറാണ് വിജയാനന്ദ് (അനൂപ് മേനോൻ). അഞ്ചു വയസ്സു മുതൽ ടി.വി സീരിയൽ മാത്രം കാണാൻ തുടങ്ങി സീരിയലിന്റെ ആരാധികയായ പുഷ്പവല്ലി (റിമി ടോമി) തിരക്കഥാകൃത്തിന്റേയും പ്രൊഡ്യൂസറുടേയും ജീവിതത്തിലേക്കു കടന്നു വന്നപ്പോൾ സംഭവബഹുലമായ ഒരു കഥ ജനിക്കുകയായി. ഈ കോമഡി ചിത്രത്തിൽ മുഴുവൻ സീരിയൽ താരങ്ങളും അഭിനയിക്കുന്നുണ്ട്. കൂടാതെ സീരിയൽ സംവിധായകരായി പ്രശസ്ത മെയ്ൻ സ്ക്രീം സംവിധായകരായ രാജസേനൻ, തുളസീദാസ്, ബോബൻ സാമുവൽ, എ.എം നസീർ എന്നിവരും അഭിനയിക്കുന്നു. പതിനെട്ടു വർഷങ്ങളോളം സീരിയൽ സംവിധാനരംഗത്തു പരിചയ സമ്പന്നനാണ് കണ്ണൻ താമരക്കുളം. മലയാളം, തമിഴ്, തെലുങ്ക് ഭാഷകളിൽ പത്തോളം ഹിറ്റ് സീരിയലുകൾ ചെയ്തതായാണ് കണ്ണൻ. പ്രേക്ഷകരുടെ വികാര വിചാരങ്ങളെ കോർത്തിണക്കി ഹൃദയമിടിപ്പു കൂട്ടാനും മനസ്സിൽ ആർദ്രതയുടെ നന്നുനനുപ്പുണ്ടാക്കി കാരതമിഴികളെ ഈറനണിയിക്കാനും കണ്ണന്റെ സംവിധാനശൈലിക്ക് അസാമാന്യ വൈഭവമുണ്ട്. കൊല്ലം ജില്ലയിൽ നിന്നു ആലപ്പുഴ ജില്ല തുടങ്ങുന്ന സ്ഥലമാണ് താമരക്കുളം. ഏഴാം ക്ലാസിൽ പഠിക്കുന്ന കാലം മുതൽ നാടകത്തിലും മിമിക്രിയിലും മോണോ ആക്ടിലും ശ്രദ്ധേയനായിരുന്നു കണ്ണൻ. 'സംഘമിത്ര' എന്ന പേരിൽ കൂട്ടുകാരോടൊപ്പം ചേർന്നു ഒരു നാടക സംഘം ഉണ്ടാക്കി. ഉത്സവകാലത്ത് മറ്റു പരിപാടികളുടെ ഇടയിൽ ഗ്യാപ്പുകളിലാണ് അവർ അരങ്ങിലെത്തിയത്. സംഘാടകരോട്



കണ്ണൻ താമരക്കുളം



ചോദിച്ച് ഗ്യാപ്പിന്റെ ദൈർഘ്യമനുസരിച്ച് നാടകത്തിന്റേയും നീളം കൂട്ടാനും കുറയ്ക്കാനും കണ്ണനും കൂട്ടുകാർക്കും കഴിയുമായിരുന്നു. വീട്ടിലെ റിഹേഴ്സലിനു അമ്മയുടെ സപ്പോർട്ടായിരുന്നു കൂടുതൽ. ഒന്നുപോലും വിടാതെ എല്ലാ സിനിമകളും കാണുമായിരുന്ന കണ്ണന്റെ മനസ്സിൽ സിനിമയുടെ ലോകം മാത്രമായിരുന്നു. പത്രങ്ങളിൽ നടീ-നടൻമാരെ ആവശ്യമുണ്ടെന്ന പരസ്യം കാണുമ്പോൾ എല്ലാത്തിനും അപേക്ഷിക്കും. പരിശീലന കൂമ്പുകളിൽ പങ്കെടുക്കും. ചിലർക്കു കഴിവല്ല പണമായിരിക്കും ആവശ്യം. അപ്പോൾ കണ്ണൻ പിൻവാങ്ങും. എസ്.എസ്.എൽ.സി കഴിഞ്ഞ് രണ്ടു മാസം അവധിയുണ്ട്. അപ്പോഴാണ് കൊച്ചച്ചൻ സുഭാഷിന് ഒരു അസുഖം. രണ്ടു മാസം ശ്രീചിത്രയിൽ ടെസ്റ്റിനായി തിരുവനന്തപുരത്തേക്കു പോയി. ബൈസ്റ്റാൻഡറായി കണ്ണനും കൂടി. ചില

പ്പോഴൊക്കെ കൊച്ചച്ചനെ ടെസ്റ്റിനും മറ്റുമായി കൊണ്ടുപോകണം. ബാക്കി സമയം ഫ്രീയാണ്. കണ്ണൻ ആദ്യത്തെ വണ്ടിയിൽ കയറും. അവസാന പൊയിന്റ് ടിക്കറ്റ് എടുക്കും. ബസ്സിന്റെ സൈഡിൽ ശ്രദ്ധിച്ചിരിക്കും. റോഡ്സൈഡിൽ എവിടയെങ്കിലും യൂണിറ്റ് വാഹനം കിടക്കുന്നത് കാൽ അവിടെയിറങ്ങും. ഷൂട്ടിംഗ് നടക്കുന്നത് കാണും വൈകിട്ടുവരെ നീല്ക്കും. അതിനിടയിൽ ആരെയെങ്കിലും പരിചയപ്പെടാൻ കഴിഞ്ഞെങ്കിലായി. അങ്ങനെ പല പല ഷൂട്ടിംഗ് ലൊക്കേഷനുകൾ. രണ്ടു മാസം കഴിഞ്ഞു കൊച്ചച്ചനെ ഡിസ്പാർജ് ചെയ്തപ്പോൾ കണ്ണൻ അസിസ്റ്റന്റ് ഡയറക്ടറായി. സംവിധായകൻ മുരളി. പടം ശാന്തിതീരങ്ങളിലൂടെ- പിന്നീട് സാജൻ, മോഹൻ കുഷ്ണേരി, ഐ.വി ശശി, എ.എം നസീർ, ഷാജി തുടങ്ങിയ പ്രശസ്ത സംവിധായകരോടൊപ്പം ജോലി ചെയ്തു. ആദ്യ സ്വതന്ത്ര സീരിയൽ അരോമ മണിയുടെ 'മിന്നാരം' ആയിരുന്നു. തമിഴിൽ 'സുരയാട്രൽ', 'നെരിങ്കിവാ മുത്തമിടാതെ' എന്നീ സിനിമകൾ സംവിധാനം ചെയ്തു. മലയാളത്തിലെ പ്രശസ്ത നിർമ്മാതാവായ ആന്റോ ജോസഫാണ് കണ്ണന്റെ മലയാളം സിനിമയുടെ നിർമ്മാതാവ്. ടി.വി സീരിയൽ രംഗത്തെ പ്രശസ്തനായ കഥാ-തിരക്കഥാകൃത്ത് ദിനേശ് പള്ളത്താണ് തിങ്കൾ മുതൽ വെള്ളിവരെയുടെ രചന നിർവഹിക്കുന്നത്. ടി.വി സീരിയൽ നിർമ്മാണത്തിന്റെ എല്ലാ വശങ്ങളും ഉള്ളുകളും അറിയാവുന്ന അദ്ദേഹത്തിന്റെ സൂപ്പർഹിറ്റ് സീരിയലുകൾ പോലെ നർമ്മരസ പ്രധാനമാണ് ഈ ചെറിയ സീരിയലിലെ വലിയ സിനിമ.



ദിനേശ് പള്ളത്ത

ക്യാമറ	- പ്രദീപ് നായർ
മ്യൂസിക്	- സാനന്ദ് ജോർജ്ജ്
ആർട്ട്	- സതീഷ് കൊല്ലം
മെയ്ക്ക്അപ്പ്	- പ്രദീപ് രംഗൻ
എഡിറ്റിംഗ്	- യു.ടി ശ്രീജിത്ത്
പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ	- സൽജു വൈക്കം
പ്രൊഡക്ഷൻ	- ആന്റോ ജോസഫ് ഫിലിം കമ്പനി



Forbes

ഫോബ്സ് മാഗസിൻ ഇന്ത്യയിലുമെത്തി

ഫോബ്സിന്റെ വെബ്സൈറ്റ് ആരംഭിക്കുന്നത് 1996 ൽ ഡേവിഡ് ചർബകാണ്. ഇന്റർനെറ്റ് ജേർണലിസത്തിലെ ഏറ്റവും ശ്രദ്ധ ആകർഷിക്കപ്പെട്ട സംഭവമായിരുന്നു അത്. ന്യൂയോർക്ക് റിപ്പബ്ലിക്കിൽ സ്റ്റീഫൻ ഗ്ലാസ് നടത്തിയ രചനാപരമായ കള്ളത്തരങ്ങൾ ഫോബ്സിന്റെ വെബ്സൈറ്റ് പുറത്തുകൊണ്ടുവന്നു.

ജോഷി ജോർജ്ജ്

ഫോർച്യൂൺ, വീക്ക് മാഗസിനുകൾക്കൊപ്പം മത്സരരംഗത്തുള്ള ബിസിനസ്സ് പ്രസിദ്ധീകരണമാണ് ഫോബ്സ്. അമേരിക്കൻ സമ്പന്നരുടേയും ലോക കോടീശ്വരൻമാരുടേയും പട്ടിക പ്രസിദ്ധീകരിച്ചുകൊണ്ട് ദൈവാരികയായാണ് പുറത്തിറങ്ങുന്നത്. “ദി ക്യാപ്പിറ്റൽ ടൂൾ” എന്ന മുദ്രാവാക്യത്തോടെ 1917 ൽ ബി.സി ഫോബ്സ് ആണ് ഈ പ്രസിദ്ധീകരണം പുറത്തിറക്കിയത്. 1954 വരെയും അദ്ദേഹം തന്നെയായിരുന്നു ഫോബ്സിന്റെ മുഖ്യ പത്രാധിപർ. മക്കളായ ബ്രൂസ്, ചാൾസ് ഫോബ്സ്, മാൽക്കം സ്റ്റീവൻസൺ ഫോബ്സ് എന്നിവരും ഫോബ്സ് മാഗസിന്റെ വളർച്ചക്കായി അദ്ദേഹത്തെ സഹായിച്ചിരുന്നു. ഫോബ്സിന്റെ മരണശേഷം മാൽക്കം സ്റ്റീവൻസൺ ഫോബ്സ്

മാഗസിന്റെ മുഖ്യ പത്രാധിപരായി. ജയിംസ് മിച്ചലായിരുന്നു 1961 മുതൽ 1999 വരെ ഫോബ്സിന്റെ പത്രാധിപർ.

1993 ൽ നാഷണൽ മാഗസിൻ പുരസ്കാരത്തിനു വേണ്ടിയുള്ള മത്സരത്തിൽ അവസാന റൗണ്ട് വരെ പൊരുതി. ഫോബ്സ് ലൈഫ്, ഫോബ്സ് ഏഷ്യ എന്നിങ്ങനെ പ്രത്യേക വിഷയങ്ങളെ ആധാരമാക്കി പതിപ്പുകൾ ഇറക്കാറുണ്ട്. കൂടാതെ എട്ട് പ്രാദേശിക ഭാഷകളിലായി എട്ട് പതിപ്പുകൾ കൂടി പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്നുണ്ട്.

വായനക്കാരുടെ താല്പര്യങ്ങൾക്കൊത്ത് ഉയരാൻ കഴിയുമ്പോഴാണ് ഏത് പ്രസിദ്ധീകരണവും വിജയമായി തീരുക. ഈ തിരിച്ചറിവോടെയാണ് ഇന്ത്യയിലേക്കെത്തിയതും.

രാജ്യത്തിന്റെ അതിരുകൾ ഭേദിച്ച് ഇന്ത്യൻ ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ലോകത്തെല്ലായിടത്തേക്കും വ്യാപിച്ച സാഹചര്യമാണ് നിലവിലുള്ളത്.

തദ്ദേശീയമായി മാത്രം ഒതുങ്ങുന്നതാണ് ഇന്ത്യൻ വായനക്കാരുടെ താല്പര്യങ്ങൾ. ഈ സാധ്യത മുന്നിൽ കണ്ടുകൊണ്ട് ഇന്ത്യക്കകത്തും പുറത്തും ഉണ്ടാകുന്ന സാമ്പത്തികവും രാഷ്ട്രീയവുമായ വിവരങ്ങൾ എല്ലാം ഉൾപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ട് നെറ്റ് വർക്ക് 18ന്റെ സഹകരണത്തോടെയാണ് ഫോബ്സിന്റെ ഇന്ത്യാ പ്രവേശം.

ഫോബ്സ് മാഗസിൻ കൂടാതെ നിരവധി പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ ഇവർ പുറത്തിറക്കുന്നുണ്ട്. അമേരിക്കൻ ലെഗസി എന്ന പ്രസിദ്ധീകരണം ഫോബ്സ് ഗ്രൂപ്പ് മുൻ പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരുന്നു. 2007 ൽ ഫോബ്സിൽ നിന്നും അമേരിക്കൻ ലെഗസി വേർപിരിഞ്ഞു.

അമേരിക്കൻ ഹെറിറ്റേജ്, ഇൻവെൻഷൻ ആൻഡ് ടെക്നോളജി തുടങ്ങിയ വാരികകളും ഫോബ്സ് പുറത്തിറക്കിയിരുന്നു. വില്പന കൃത്യത നേടിത്തന്നെത്തുടർന്ന് 2007 ൽ രണ്ടും നിർത്തി. ആ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ പിന്നീട് അമേരിക്കൻ ഹെറിറ്റേജ് പബ്ലിഷിങ് കമ്പനി ഏറ്റെടുക്കുകയും പ്രസിദ്ധീകരണം പുനരാരംഭിക്കുകയും ചെയ്തു. ഫോബ്സിന്റെ വെബ്സൈറ്റ് ആരംഭിക്കുന്നത് 1996 ൽ ഡേവിഡ് ചർബകാണ്. ഇന്റർനെറ്റ് ജേർണലിസത്തിലെ ഏറ്റവും ശ്രദ്ധ ആകർഷിക്കപ്പെട്ട സംഭവമായിരുന്നു അത്. ന്യൂയോർക്ക് റിപ്പബ്ലിക്കിൽ സ്റ്റീഫൻ ഗ്ലാസ് നടത്തിയ രചനാപരമായ കള്ളത്തരങ്ങൾ ഫോബ്സിന്റെ വെബ്സൈറ്റ് പുറത്തുകൊണ്ടുവന്നു.



ബി.സി ഫോബ്സ്

മാസികയിൽ എന്നപോലെ ഫോബ്സിന്റെ വെബ്സൈറ്റിലും സമ്പന്നരുടേയും മറ്റും പട്ടിക ഉൾപ്പെടുത്തുന്നുണ്ട്. കോടീശ്വരൻമാരുടേയും ആഡംബര സൗധങ്ങളുടേയും വിവരങ്ങൾ ഉൾപ്പെ

തദ്ദേശീയമായി മാത്രം ഒതുങ്ങുന്നതാണ് ഇന്ത്യൻ വായനക്കാരുടെ താല്പര്യങ്ങൾ. ഈ സാധ്യത മുന്നിൽ കണ്ടുകൊണ്ട് ഇന്ത്യക്കകത്തും പുറത്തും ഉണ്ടാകുന്ന സാമ്പത്തികവും രാഷ്ട്രീയവുമായ വിവരങ്ങൾ എല്ലാം ഉൾപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ട് നെറ്റ് വർക്ക് 18ന്റെ സഹകരണത്തോടെയാണ് ഫോബ്സിന്റെ ഇന്ത്യാ പ്രവേശം.

ടുത്തുന്നത് സൈറ്റിന്റെ പ്രചാരം ഏറെ ഉയർത്തി. ലോകത്തിലെ ഫോബ്സിന്റെ വെബ്സൈറ്റ് ലിഡർമാർക്ക് വേണ്ടിയുള്ള ഹോം പേജ് എന്നാണ് ഫോബ്സ് ഡോട്ട് കോമിന്റെ മുദ്രാവാക്യം തന്നെ.

ലോകത്ത് ഏറ്റവും കൂടുതൽ ആളുകൾ സന്ദർശിക്കുന്ന ബിസിനസ്സ് വെബ്സൈറ്റുകളിൽ ഒന്ന് ഫോബ്സിന്റെതാണ്.

ഫോബ്സ് ഓട്ടോസ്, ഫോബ്സ് ട്രാവലർ എന്നിവ ഫോബ്സിന്റെ ഏറെ പ്രചാരമുള്ള സൈറ്റുകളാണ്. ആഡംബര വാഹനങ്ങൾ വാങ്ങുവാൻ താല്പര്യമുള്ളവർക്കായുള്ള സൈറ്റാണ് ഫോബ്സ് ഓട്ടോ.

ലോകത്തെല്ലായിടത്തുമായി ദശലക്ഷത്തിലേറെ വായനക്കാരുള്ള മാഗസിനാണ് ഫോബ്സ്. ഫോബ്സ് ബിസിനസ്സ് ബ്രാൻഡ് എന്ന നിലയിൽ ബിസിനസ്സിന്റെ എല്ലാ മേഖലകളേയും അത് സ്പർശിക്കുന്നു. എന്നതാണിതിന്റെ പ്രചാരം ഇത്രയേറെ വർദ്ധിക്കാൻ കാരണം. ●

ലെ പാലെസ് ഐഡിയൽ



ഫ്രാൻസിലെ അത്ഭുതകരമായ നിർമ്മിതിയാണ് ലെ പാലെസ് ഐഡിയൽ അഥവാ ഐഡിയൽ പാലസ്. ഹൗലറീവ്സ് എന്ന സ്ഥലത്താണിത് സ്ഥിതി ചെയ്യുന്നത്. അസാമാന്യ രൂപചാരൂതയും ശില്പ ഭംഗിയും ഒത്തിണങ്ങിയ ഈ മനോഹര സൃഷ്ടി പ്രതിഭാധനനായ ഏതോ ഒരു ആർക്കിടെക്ടിന്റെ കരവിരുതിൽ സൃഷ്ടിക്കപ്പെട്ടതാണെന്നേ തോന്നൂ.. എന്നാൽ അതിശയകരമായ വസ്തുത ഇതി

ന്റെ നിർമ്മാതാവ് വെറുമൊരു പോസ്റ്റുമാനായിരുന്ന ഫെർഡിനാൻഡ് ഷെവൽ ആണെന്നതാണ്.. ജീവിതപ്രാരംഭങ്ങൾ നിമിത്തം തുച്ഛമായ ശമ്പളത്തിനു ജോലിയിൽ പ്രവേശിച്ച അദ്ദേഹം വളരെ യാദൃശ്ചികമായാണ് ഐഡിയൽ പാലസിന്റെ നിർമ്മാണത്തിലേക്കുകടന്നത്.

ഒരു ദിവസം പതിവു പോലെ കത്തുകൾ കൊടുക്കാനായി പോകുന്നതിനിടയിൽ വഴിയിൽ കിടന്ന കല്ല് അദ്ദേഹത്തിന്റെ ശ്രദ്ധയിൽ പെട്ടു. വിചിത്രമായ രൂപമായിരുന്നു അതിന്. ഇതു പോലുള്ള കല്ലുകൾ കുട്ടിച്ചേർത്ത് ശില്പഭംഗിയാർന്ന ഒരു സൗധം നിർമ്മിക്കാനാകുമല്ലോ എന്നദ്ദേഹം ചിന്തിച്ചു. കെട്ടിട നിർമ്മാണത്തെക്കുറിച്ചോ അലങ്കാരപ്പണികളെക്കുറിച്ചോ യാതൊരറിവും ഇല്ലാതിരുന്ന ഷെവൽ

തന്റെ സങ്കല്പത്തിലുള്ള പാലസ് നിർമ്മാണത്തിനായി പ്രയത്നിച്ചു. നീണ്ട 34 വർഷങ്ങൾക്കൊണ്ട് വിചിത്രമായ കല്ലുകൾ ശേഖരിക്കുകയും അവ കുട്ടിച്ചേർത്ത് 25 മീ. പൊക്കവും 7.9-9.8 മീ. നീളവുമുള്ള മനോഹരമായ ഒരു കൊട്ടാരം തീർക്കുകയും ചെയ്തു.

മരണശേഷം തന്നെ അതിനുള്ളിൽ അടക്കം ചെയ്യണമെന്ന ഷെവലിന്റെ ആഗ്രഹം അംഗീകരിക്കപ്പെട്ടില്ലെങ്കിലും ഇന്ന് വർഷം തോറും ലക്ഷക്കണക്കിനു സന്ദർശകർ ഐഡിയൽ പാലസ് കാണാനായി ആകൊച്ചു ഗ്രാമം സന്ദർശിക്കുന്നു.

ലിസ്‌ട്രിൻ

മൗത്ത് വാഷ് ഇല്ലാത്ത ലോകത്തെക്കുറിച്ച് ചൊന്ന് സങ്കല്പിച്ചു നോക്കൂ... ആധുനിക സമൂഹത്തെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം മൗത്ത് വാഷുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത് ജീവിത ശൈലിയുടെ ഭാഗമായി മാറിയിരിക്കുന്നു. ആദ്യത്തെ മൗത്ത് വാഷ് വികസിപ്പിച്ചെടുത്തത് അമേരിക്കക്കാരനായ ഡോ. ജോസഫ് ലോറൻസാണ് ചരിത്രത്തിലെ നാഴികകല്ലായി മാറിയ ഈ കണ്ടുപിടുത്തത്തിന്റെ കഥ ഇങ്ങനെ....

അണുബാധയ്ക്കെതിരായി ഫലപ്രദമായ ആന്റിബയോട്ടിക്കുകൾ ഇല്ലാതിരുന്ന കാലത്ത് ശസ്ത്രക്രിയാനന്തരമുള്ള പ്രശ്നങ്ങൾ മൂലവും ധാരാളം പേർ മരിക്കുന്നത് സ്വഭാവികമായിരുന്നു. അക്കാലത്ത് ലൂയിസ് പാസ്ചറുടെ മൈക്രോബൈൽ ഇൻഫെക്ഷനെക്കുറിച്ചുള്ള ആശയങ്ങൾ ഇംഗ്ലീഷ് ഡോക്ടറായിരുന്ന ജോസഫ് ലിറ്റ്സറെ ആഴത്തിൽ സ്വാധീനിച്ചു. കാരണമായി ആസിഡ് ഉപയോഗിക്കുക വഴി ശസ്ത്രക്രിയയ്ക്കു ശേഷമുണ്ടാകുന്ന അണുബാധ കുറയ്ക്കാമെന്നു അദ്ദേഹം കണ്ടെത്തി. ലിസ്റ്ററുടെ ഈ കണ്ടെത്തൽ ജോസഫ് ലോറൻസിന്റെ ആൽക്കഹോൾ അടിസ്ഥാനമാക്കിയ സർജിക്കൽ ആന്റിസെപ്റ്റിക്കിന്റെ നിർമ്മാണത്തിനു പ്രേരകമായി.

1881-ൽ അദ്ദേഹം ജോസഫ് ലിസ്റ്ററോടുള്ള കൃതജ്ഞത സൂചിപ്പിക്കാൻ ആന്റിസെപ്റ്റിക്കിനു ലിസ്‌ട്രിൻ എന്നു നാമകരണം നടത്തി. പിന്നീട് ലിസ്‌ട്രിന്റെ ഫോർമുല ഒരു ഫാർമസിസ്റ്റായ ജോർദ്ദൻ വീറ്റ് ലാബെർട്ടിനു കൈമാറി.



ലാബെർട്ടാണ് ലിസ്‌ട്രിൻ വിപണിയിലെത്തിച്ചത്.

എന്നാൽ ആന്റിസെപ്റ്റിക് എന്ന നിലയ്ക്കായിരുന്നു ലിസ്‌ട്രിന്റെ ആദ്യ ഉപയോഗം. തക്കിനെ കൂടുതൽ കട്ടിയുള്ളതാക്കുമെന്ന കാരണത്താൽ ഡോക്ടർമാർ ആ സ്ഥാനത്ത് ബൊറാസിക് ആസിഡ് ഉപയോഗിച്ചു തുടങ്ങി എന്നാൽ 1895-ൽ ലിസ്‌ട്രിൻ ദന്തസംരക്ഷണത്തിനുപകരിക്കുമെന്ന അംഗീകാരം ഡന്റിസ്റ്റുകളിൽ നിന്നും ലഭിച്ചതോടെ മൗത്ത് വാഷ് എന്ന ഒരു പുതിയ ഉൽപ്പന്നം പിറന്നു.

1914 ആയപ്പോഴേക്കും അമേരിക്കയിലെമ്പാടും വിറ്റഴിയുന്ന ഉൽപ്പന്നമായി ലിസ്‌ട്രിൻ പരിണമിച്ചു. സമൂഹത്തിലെ മേൽത്തട്ടുകാർ മാത്രമാണ് അക്കാലത്ത് ലിസ്‌ട്രിൻ ഉപയോഗിച്ചിരുന്നത് ഇതിനൊരു മാറ്റം വരുത്തി സാധാരണക്കാരുടെ കൈകളിലേക്കും ഈ ഉൽപ്പന്നത്തെ എത്തിച്ചത് ജോർദ്ദൻ വീറ്റ് ലാബെർട്ടിന്റെ മകനായ ജെറാൾഡ് ലാബെർട്ട് സംഘടിപ്പിച്ച മാർക്കറ്റിംഗ് ക്യാംപെയ്നുകളാണ്. 1955ൽ ലാബെർട്ട് ഫാർമൽ കമ്പനി ന്യൂയോർക്ക് ആസ്ഥാനമാക്കി പ്രവർത്തിച്ചിരുന്ന വാർനർ-ഹഡ്നട്ട് കമ്പനിയുമായി ലയിക്കുകയും വാർനർ-ലാബെർട്ട് ഫാർമസ്യൂട്ടിക്കൽ എന്ന പേരിലേക്കു മാറുകയും ചെയ്തു. 2006 നു ശേഷം ലിസ്‌ട്രിൻ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയും വിപണിയിലെത്തിക്കുകയും ചെയ്യുന്നത് ജോൺസൺ & ജോൺസൺ കമ്പനിയാണ്. മൗത്ത് വാഷ് വിപണി തന്നെ ലിസ്‌ട്രിൻ എന്ന ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ സൃഷ്ടിയാണ്.

●



അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് പ്രൊഫഷണലാകാൻ

THE ART OF
Copywriting

കോപ്പിറൈറ്റിംഗിൽ താല്പര്യമുള്ളവർക്ക് അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് ഏജൻസികളിൽ ജോലി ലഭിക്കുവാൻ ഇഫെക്ടീവ് ആഡ് കോം അവസരമൊരുക്കുന്നു. ഇഫെക്ടീവ് ആഡ് കോമിന്റെ ഓരോ ലക്കങ്ങളിലും പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്ന വിഷയങ്ങൾക്ക് അനുയോജ്യമായ തലക്കെട്ടുകൾ (captions) തയ്യാറാക്കി അയക്കുക. ഏറ്റവും മികച്ച രചനകൾ അയയ്ക്കുന്നവരിൽ നിന്ന് തിരഞ്ഞെടുക്കപ്പെടുന്നവർക്ക് അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് രംഗത്ത് പരിശീലനം/ജോലി ലഭിക്കുവാനുള്ള വേദിയൊരുക്കുന്നതാണ്.

ഈ ലക്കത്തിലെ വിഷയം: **ജ്യല്ലറി ഷോപ്പ്**

നിബന്ധനകൾ :

- നിലവിലുള്ള ബ്രാൻഡുകൾക്ക് വേണ്ടിയോ സ്വയം സൃഷ്ടിക്കുന്ന ബ്രാൻഡുകൾക്ക് വേണ്ടിയോ പരസ്യവാചകങ്ങൾ എഴുതാം.
- ഈ മത്സരത്തിലൂടെ ലഭിക്കുന്ന പരസ്യവാചകങ്ങൾ ഇഫെക്ടീവ് ആഡ് കോമിലോ മറ്റ് പരസ്യങ്ങളിലോ രണ്ടിലുമോ ഉപയോഗിക്കുവാനുള്ള അധികാരം ഇഫെക്ടീവ് ആഡ് കോമിൽ നിക്ഷിപ്തമായിരിക്കും. ഇതിന്മേൽ യാതൊരു വകാശവാദങ്ങളും പാടില്ല.
- വിജയികളെ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിൽ എഡിറ്റോറിയൽ ബോർഡിന്റെ തീരുമാനം അന്തിമമായിരിക്കും.
- എഡിറ്റോറിയൽ ബോർഡിന്റെ തീരുമാനത്തിന്മേൽ യാതൊരു കത്തിടപാടുകളും അനുവദനീയമല്ല.
- മാറ്ററിനോടൊപ്പം കൃത്യമായ മേൽവിലാസവും ഇ-മെയിൽ ഐഡിയും ഫോൺ നമ്പറും രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കണം.
- പോസ്റ്റ്, കൊറിയർ, ഇ-മെയിൽ എന്നിവയിലൂടെ മാറ്ററുകൾ അയയ്ക്കാവുന്നതാണ്.
- വിജയികളെ ഫോൺ മുഖേനയോ ഇ-മെയിൽ മുഖേനയോ വിവരം അറിയിക്കുന്നതാണ്.
- കവറിനു മുകളിൽ "Copy Writing" എന്ന് എഴുതിയിരിക്കണം.
- മാറ്ററുകൾ ലഭിക്കേണ്ട അവസാന തീയതി: 31. 05. 2015.

അയയ്ക്കേണ്ട വിലാസം:

The Editor, Effective Publications, Mulamoottil Building, Manorama South, Cathedral Road, Kottayam - 686 001

E-mail: effectiveadcom@gmail.com

Job Opportunities

WANTED

Graphic Designer

(Knowledge in Coral Draw Preferred)

DTP Operator

(Experienced / Fresh candidates may apply)

asia-ad
advertising

Makkil Centre, Goodshepherd Road,
Opp: Baseliious College, Kottayam

asiaadktm@gmail.com, Ph: 0481 2561326, 9447287874

WANTED

- Marketing Executive
- Graphic Designer ●Telecaller
- DTP Operator

(Experienced / Fresh candidates may apply)

Effective Publications
Mulamoottil Buildings, Cathedral Road, Manorama (S), Kottayam - 1
Ph: 08593 998705, E-mail: effectiveadcom@gmail.com

WANTED

Well experienced & well known KOMUSONS PRODUCTIONS & ART GALLERY LOOKING A

WORKING FINANCE PARTNER

for Print and Electronic Media Productions, Advertising, Marketing, Out Door Publicity with Hoardings, to organize painting exhibitions, events etc., with an office space in Kochi and an office cum specious Art Gallery in Aluva NH 47, Close to Cochin International Airport.

For further details please contact :

0484 2609626, 094472 96699, 098470 37650 , 099617 96699

KOMUSONS

email : komusons@yahoo.com
asifali.m.komu@gmail.com / www.facebook.com / asifalikomu

ക്ലാസ്സിഫൈഡ് പേജിലേയ്ക്ക് പരസ്യങ്ങൾ അയക്കേണ്ട വിലാസം:

Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road,
Manorama South, Kottayam - 686 001, Kerala
Ph: 08593 998705, E-mail: effectiveadcom@gmail.com

Classified Tariff

Column width - 4 cms.
Minimum charge Rs. 750/- per 1 col. X 5 cms.
Rs. 150/- per additional centimetre





കൈരളി

ഒരു ജനതയുടെ ആത്മാവിഷ്കാരം

കേരളത്തിലെ സാധാരണക്കാരന്റെ ആത്മാവിഷ്കാരമായി അവരിൽ നിന്നും സ്വരം കൂട്ടിയ നാണയതുടുകളുമായിട്ടായിരുന്നു കൈരളി ദൃശ്യമാധ്യമ രംഗത്തേക്കു വലതു കാൽ വെക്കുന്നത്.

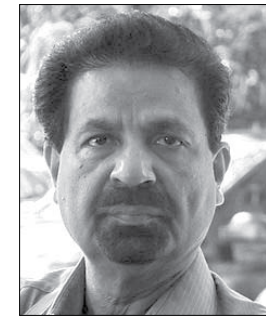
കേരളത്തിലെ സാധാരണക്കാരന്റെ ആത്മാവിഷ്കാരമായി അവരിൽ നിന്നും സ്വരം കൂട്ടിയ നാണയതുടുകൾക്കുമായിട്ടായിരുന്നു കൈരളി ദൃശ്യമാധ്യമ രംഗത്തേക്കു വലതു കാൽ വെക്കുന്നത്. മലയാളം കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ ലിമിറ്റഡ് പ്രവർത്തനമാരംഭിച്ചത് 2000 ആഗസ്റ്റ് 16 ലെ ചിങ്ങപുലരിയിലായിരുന്നു. മലയാളത്തിന്റെ അഭിനയ തേജസ്- പത്മശ്രീ ഭരത് മമ്മൂട്ടി ചെയർമാനായ കൈരളി ടിവി കെട്ടിലും മട്ടിലും മറ്റു ചാനലുകളിൽ നിന്നും വിഭിന്നമായാണ് പ്രേക്ഷകർക്കു മുന്നിലെത്തിയത്. കൂത്തക കമ്പനികളുടെ പിൻതുണയില്ലാതെ ജനങ്ങൾക്കു ഓഹരികൾ വിറ്റാണ് കൈരളി എന്ന സംരംഭം പടുത്തുയർത്തിയത്. ഏകദേശം രണ്ടു ലക്ഷത്തിലധികം ഓഹരിയുടമകളാണ് കമ്പനിക്കുള്ളത്. മലയാളം ചാനൽ എന്നായിരുന്നു ആദ്യം പേരിടാൻ ഉദ്ദേശിച്ചിരുന്നത്. ദുരദർശന്റെ മലയാളം ചാനലിന്റെ പേര് മലയാളം എന്നായിരുന്നതിനാൽ കേന്ദ്ര വാർത്താവിതരണ പ്രക്ഷേപണ മന്ത്രാലയം ചാനലിന്റെ പേര് അംഗീകരിച്ചില്ല. തുടർന്നാണ് കൈരളി എന്ന പേര് സ്വീകരിച്ചത്. സി.പി.ഐ (എം) സ്വതന്ത്ര എം. എൽ.എയും ചലച്ചിത്ര സംവിധായകനുമായ പി.ടി കുഞ്ഞുമുഹമ്മദും അദ്ദേഹത്തിന്റെ സംഘവുമാണ് ചാനൽ എന്ന ആശയം മുന്നോട്ടുവെച്ചത്. പിന്നീട് സി.പി.ഐ ആശയത്തെ പിൻതുണയ്ക്കുകയും അമ്പർത്ഥമാക്കുകയുമായിരുന്നു. കേരളത്തിൽ നിന്നും അപ്ലിക് ചെയ്ത ആദ്യ ഉപഗ്രഹ ചാനലെന്ന ഖ്യാതി കൈരളി ടിവിക്ക് സ്വന്തമാണ്.

ഏഷ്യനെറ്റും സൂര്യയും ഒരു ചാനൽ ശൈലി മെനഞ്ഞെടുത്തുകൊണ്ടിരുന്ന കാലത്ത് തികച്ചും വ്യത്യസ്തമായ ഒരു ശൈലി അവലംബിക്കാനായതും, അത് ജനങ്ങൾ ഏറ്റെടുത്തതും ചാനലിന്റെ വിജയമായി. വിനോദത്തോടൊപ്പം വിജ്ഞാനത്തിനും പ്രാധാന്യം നൽകി സമകാലിക സംഭവങ്ങളെ ആസ്പദമാക്കിയുള്ള പരിപാടികൾക്കു പ്രേക്ഷക ശ്രദ്ധ ലഭിച്ചുതുടങ്ങി. പ്രവർത്തനം തുടങ്ങി മൂന്നാം വർഷത്തിൽ 2002 ലെ സംസ്ഥാന സർക്കാർ പ്രഖ്യാപിച്ച 25 ടെലിവിഷൻ അവാർഡുകളിൽ 14 എണ്ണവും കൈരളി സ്വന്തമാക്കി. ഗൾഫിലും, യൂറോപ്പിലും, അമേരിക്കയിലും ആഫ്രിക്കയിലും കൈരളി സാന്നിധ്യമറിയിച്ചു. തുടക്കകാലത്ത് സാമ്പത്തിക തെരുക്കും അനുഭവപ്പെട്ടെങ്കിലും പിന്നീട് കൈരളി കമ്പനിയെന്ന നിലയിൽ ലാഭം കൊയ്തുതുടങ്ങി, തുടർച്ചയായി അറ്റാദായം നേടുന്ന മലയാളം ചാനലായി വളർന്നു. തിരുവനന്തപുരത്തിന്റെ ഹൃദയഭാഗത്ത് കൈരളി ടവർ ഉയർന്നു. കൈരളി ടിവിയിലെ വളർച്ചയുടെ ഭാഗമായി 2005 ആഗസ്റ്റ് 17നു കൈരളി പീപ്പിൾ എന്ന സമ്പൂർണ്ണ വാർത്താ ചാനലിനും പിന്നീട് 2007 ൽ യുവതലമുറയ്ക്കായി 'കൈരളി വി' എന്ന ചാനലിനും തുടക്കം കുറിച്ചു. കണ്ണീർപരമ്പരകൾ അടക്കി വാണിരുന്ന പ്രൈം ടൈമിൽ എഴുത്തുകാരനും, അഭിനേതാവുമായ വി.കെ ശ്രീരാമന്റെ വേറിട്ട 'കാഴ്ചകൾ' സംപ്രേഷണം ചെയ്യാനുള്ള ആർജ്ജവം കൈരളി കാണിച്ചത് നിരൂപകരുടെ പ്രശംസ പിടിച്ചുപറ്റിയിരുന്നു. ഇറാഖ് യുദ്ധം നേരിട്ടു റിപ്പോർട്ടു ചെയ്യുകയും, മറ്റു പല മാധ്യമങ്ങളും യുദ്ധത്തെ അനുകൂലിച്ചു വാർത്തകൾ നൽകിയപ്പോഴും അവിടേയും കൈരളി സ്വന്തമായ നിലപാടുകളിലൂറച്ചു നിന്നു വാർത്തകൾ നൽകുകയായിരുന്നു. വളർച്ചയുടെ ഓരോ പടവുകൾ കയറുമ്പോഴും

ഒരു ജനതയുടെ ആത്മാവിഷ്കാരമാണ് കൈരളിയെന്നു ചാനൽ സ്വയം സമർത്ഥിച്ചുകൊണ്ടേയിരുന്നു.

കണ്ണീർപരമ്പരകളിൽ നിന്നും മോചനം നേടാൻ കഴിയാത്ത മലയാളി കുടുംബങ്ങളെ പിടിച്ചിരുത്തിയ നിരവധി പരിപാടികൾ കൈരളി സംഭാവന ചെയ്തു. തിരുവനന്തപുരത്തു ക്യാന്റീനിൽ സൂഹൃത്തുകൾക്കൊപ്പം റിവേഴ്സ് കിസ് നടത്തിയ ആ ചെറുപ്പക്കാരനെ കണ്ടെത്തിയതും കൈരളിയുടെ സാമൂഹികളിലൊരാളായ ബാബു ഭരദാജ് ആയിരുന്നു. പിന്നീട് 'അശ്വമേധം' എന്ന വിപരീത സമസ്തയിലൂടെ പ്രദീപ്, ഗ്രാൻഡ് മാസ്റ്റർ ജി.എസ് പ്രദീപായി ലോകത്തിനു മുഴുവൻ അത്ഭുതമായി. ഗൾഫ് മലയാളികളുടെ ജീവിത ദുരിതങ്ങളിലേക്കു തുറന്നുവെച്ച ക്യാമറ കണ്ണുകളായിരുന്നു 'പ്രവാസലോകം' എന്ന പരിപാടി. കൈരളി സ്ഥാപക നേതൃത്വത്തിലെ പി.ടി കുഞ്ഞുമുഹമ്മദാണ് ഇത്തരമൊരു ആശയം മുന്നോട്ടുവെച്ചതും, പിന്നീട് പരിപാടിയുടെ അവതാരകനായതും. ഒരു പ്രശ്നത്തെ വിരൽചൂണ്ടി കാണിക്കുകയെന്നതിലുപരി അതിനൊരു പരിഹാരം കാണുന്ന സമീപനമാണ് പ്രവാസലോകത്തെ വേറിട്ടു നിർത്തുന്നത്.

നമ്മുടെ കണ്ണിൽപെടാത്തതോ, അല്ലെങ്കിൽ അവഗണിക്കുന്നതോ ആയ കാഴ്ചകളുടെ പുനരാവിഷ്കാരമായിരുന്നു വി.കെ ശ്രീരാമന്റെ വേറിട്ട 'കാഴ്ചകൾ'. പേരിനെ അക്ഷരാർത്ഥത്തിൽ സാധൂകരിക്കുന്ന വിഷയങ്ങളാണ് പരിപാടിയിലെന്നും കൈകാര്യം ചെയ്തിരുന്നത്. പാചക കലയിലെ പ്രഗത്ഭ വ്യക്തിത്വമായ ലക്ഷ്മി നായർ എന്ന കുക്കിംഗ് സ്പെഷ്യലി



പി.ടി കുഞ്ഞുമുഹമ്മദ്



മമ്മൂട്ടി

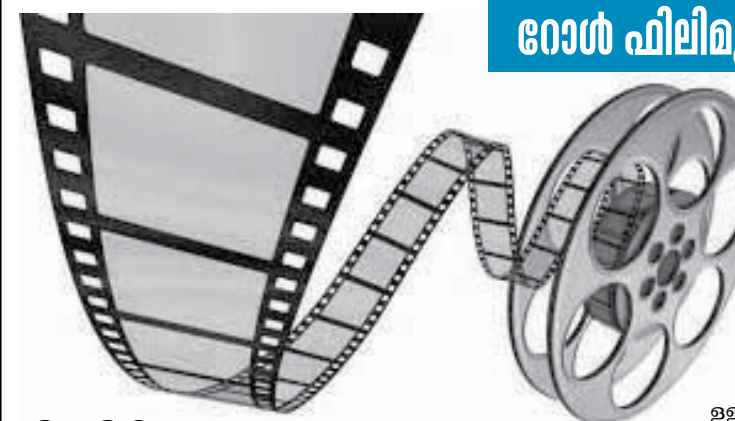


ജോൺ ബ്രിട്ടാസ്

സ്റ്റീനെ മലയാളികൾക്കു സുപരിചിതയാക്കിയത് കൈരളി ടിവിയിലായിരുന്നു. 'മാജിക് ഓവൻ', 'കിച്ചൻ മാജിക്' എന്നിവയിൽ തുടങ്ങി ഇന്നു ഇന്ത്യയൊട്ടാകെ രൂപഭേദങ്ങൾ തേടിയിറങ്ങിയ 'ഫ്ലേവേഴ്സ് ഓഫ് ഇന്ത്യ'യും ജനമനസുകളിൽ സ്ഥാനം നേടി കഴിഞ്ഞു. കൈരളിയിലേക്കുള്ള ജോൺ ബ്രിട്ടാസിന്റെ തിരിച്ചുവരവോടെ 'ജെ.ബി ജംങ്ഷൻ' എന്ന പുതിയ അഭിമുഖ പരിപാടിയും ജനങ്ങൾ ഏറ്റെടുത്തു കഴിഞ്ഞു. സാമൂഹ്യ സാംസ്കാരിക രംഗത്തുള്ള പ്രമുഖരുമായുള്ള അഭിമുഖം എന്നതിലുപരി അവരുടെ ഭൂതകാലത്തേക്കുള്ള തിരിഞ്ഞുനോട്ടവും, സഹപ്രവർത്തകരുടെ അഭിപ്രായങ്ങളും അവതരിപ്പിക്കുന്ന വേദി കൂടിയാണ് ജെ.ബി ജംങ്ഷൻ. മലയാളത്തിന്റെ മാധുര്യത്തെ തിരികെയെത്തിക്കാൻ ശ്രമിച്ച 'മാമ്പഴം', ഒരു കാലത്ത് വേദികളെ പുളകമണിയിച്ച കഥാപ്രസംഗ വേദിയെ പുനരുജ്ജീവിപ്പിച്ച 'കഥ പറയുമ്പോൾ' എന്ന റിയാലിറ്റി ഷോകൾ മറ്റു പരിപാടികളിൽ നിന്നും വ്യത്യസ്തത പുലർത്തി.

നീലവാനിനു കീഴിലായ്.. എന്നു തുടങ്ങുന്ന കൈരളി ടിവിയിലെ അവതരണഗാനം രചിച്ചത് ഒ.എൻ.വി കുറുപ്പും, സംഗീതം നൽകിയത് ഐസക് തോമസ് കൊട്ടുകാപ്പള്ളിയുമാണ്. ജോൺ ബ്രിട്ടാസ് മാനേജിങ് ഡയറക്ടറും സി. വെങ്കിടരാമൻ സി.ഇ.ഒ യും ആയിരിക്കുന്ന കൈരളിയുടെ ന്യൂസ് ഡയറക്ടർ എൻ.പി ചന്ദ്രശേഖരനും എക്സിക്യൂട്ടീവ് ഡയറക്ടർ ഇ.എം അഷ്റഫുമാണ്.

റോൾ ഫിലിമും കൊഡാക് ക്യാമറയും



ഫോട്ടോഗ്രഫിയുടെ ആദ്യ നാളുകളിൽ ചെമ്പുതകിട്, ചില്ല്, മുതലായ വസ്തുക്കളിൽ രാസപഥാർത്ഥങ്ങൾ തേച്ചു പിടിപ്പിച്ചാണ് ഫിലിം നിർമ്മിച്ചിരുന്നത്. ഇത് വളരെ ശ്രമകരമായിരുന്നു. ഓരോ ഫോട്ടോ എടുക്കലിനു ശേഷവും ഇത് ക്യാമറയിൽ നിന്നെടുത്തു മാറ്റി

പകരം മറ്റൊന്ന് വയ്ക്കേണ്ടി വന്നു. ക്യാമറയ്ക്കകത്തു തന്നെ ചുരുട്ടിവയ്ക്കാൻ സാധിക്കുന്ന ഫിലിമുകളെക്കുറിച്ചാദ്യം ചിന്തിച്ചത് ജോർജ്ജ് ഹുഗ്സ്മാൻ എന്ന ന്യൂയോർക്കുകാരനാണ്. ഇതിനായി നടത്തിയ വിവിധ പരീക്ഷണങ്ങൾ 1888-ൽ ഫലം കണ്ടു. അങ്ങനെ ലോകത്തിലെ ആദ്യത്തെ റോൾഫിലിം പിറന്നു. കടലാസിൽ സിൽവർ കലർന്ന രാസ പദാർത്ഥങ്ങൾ തേച്ചു ചുരുട്ടി ക്യാമറക്കുള്ളിൽ വെക്കുന്ന രീതിയായിരുന്നു അത്.

ഇതോടെ ഫോട്ടോഗ്രഫി ഒരു വൻ മാറ്റത്തിലേക്കാണ് കാലുനിയത്. ഇതുപയോഗിച്ചുള്ള ഫോട്ടോയെടുക്കൽ വളരെ സൗകര്യപ്രദമായിത്തീരുകയും ഇത്തരം ക്യാമറകൾ പെട്ടെന്ന് പ്രസിദ്ധിയാർജ്ജിക്കുകയും ചെയ്തു. ഫോട്ടോഗ്രഫിയുടെ മേഖലയിൽ ഇന്നേറ്റവും പ്രശസ്തമായ കൊഡാക് ക്യാമറയായിരുന്നു അത്.

Classroom



Advertising

അഡ്വർട്ടൈസിംഗ്, മാർക്കറ്റിംഗ് മേഖലകളിലേക്ക് കടന്നുവരുന്ന നവാഗതർക്കും വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും പ്രയോജനപ്പെടുത്താവുന്ന ഒരു പംക്തി. ഓരോ ലക്ഷവും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നവർക്ക് ഭാവിയിൽ ഒരു ടെക്സ്റ്റ് ബുക്കായി ഉപകരിക്കും.

BENEFITS OF ADVERTISING

Advertising broadens the knowledge of the consumer. With the aid of advertising, consumers find and buy necessary products without waste of time. This speeds up the sales of commodities; the efficiency of labour in distribution increases; and the cost of selling diminishes.

Benefits to manufacturers : Increase sales volume. On the one hand, it reduces the cost of production and on the other, increase profits.

Benefits to wholesalers and retailers : easy sale of the products since consumers are aware of the product and its quality.

Benefits to consumers : advertising stresses quality and often prices. Large scale production assured by advertising enables to sell the product at a low cost.

Benefits to the salesmen : advertising prepares necessary grounds for the salesman to begin his work. Hence sales efforts are reduced.

Benefits to community : advertising leads large scale production creating more employment opportunities

The factors such as the products to be sold, the consumers and the markets are considered as the foundations for building an advertising programme. Advertising is a powerful technique of sales promotion, has been doing wonders in the domain of distribution, as it affects production, consumption, exchange and distribution; various segments of society are affected deeply by the great shell of publicity in particular and society in general.

- a **Product study** - the purpose of product study is to make the goods more attractive, useful and to find out the defects if any and to increase sales.
- b **Consumer study** - this study is made with the object of discovering the consumers, their tastes, needs motives etc. which influence the purchases.
- c **Market study** - market study involves the detailed study of the following :
 - 1 Discovery of market or markets- the prospective markets for the sale of the products to be discovered.
 - 2 Difficulties of sales. Goods coming from distant places sometimes may not be responded by the dealers but prefer to purchase from local goods.
 - 3 Conducting informal investigation such as interviewing the people like middlemen, competitors.



Marketing

MARKETING PROCESS

The marketing process recognizes change on the part of the buyers. It exploits technological advances to fit the market patterns. The marketing process analyses the source of competition and seeks to exploit competitive weaknesses in all the area of marketing. Simply stated, the process is intended to match products with the market.

MERCHANDISING, SELLING, DISTRIBUTION

Merchandising may be defined as product planning. It includes the internal planning needed to get the right product or service to the market at the right time, and at right place, and in the proper colours, qualities and sizes.

Selling is only a part of the marketing process. It is however, the last link in the process of marketing. Selling is the internal aim of business, while marketing is aimed at consumers. Selling places emphasis on seller's 'needs', when marketing emphasises on buyer's 'need'.

Distribution usually means the physical transfer of goods, including warehousing and inventory control. Like selling distribution is also one of the many elements in the process of marketing.

Importance of Marketing

- (a) The increase in efficiency of marketing really results in lower cost distribution. Lower prices to consumers means a real increase in the national income.
- (b) Any reduction in the cost of marketing is really a benefit to the society. Cheap prices are a boon to the entire population.
- (c) Marketing process brings new varieties of useful and quality goods to consumers. This helps to increase the standard of living.
- (d) Marketing gives wide employment opportunities.
- (e) It is marketing which has converted yesterday's luxuries to today's necessities.
- (f) Marketing converts latent demand into effective demand.

കടലാസിന്റെ പിറവിയും അച്ചടിയും



എ.ഡി -650 ൽ ടാങ് രാജവംശ ഭരണകാലത്ത് കടലാസ് പിറന്ന അതേ ചൈനയിൽ നിന്നു തന്നെ വുഡ് ബ്ലോക്ക് പ്രിന്റിംഗും ആരംഭിച്ചു. പേജിലെ അക്ഷരങ്ങൾ മരപ്പലകയിൽ കൊത്തി വച്ച് അത് മഷിയിൽ മുകി പേപ്പറിൽ അമർത്തി യായിരുന്നു അച്ചടി.



സായ്ലുൻ

പ്രിന്റിംഗ് ടെക്നോളജിയുടെ വളർച്ചയിൽ ഒരു നിർണ്ണായക പങ്കു വഹിച്ച കണ്ടുപിടുത്തമാണ് കടലാസിന്റേത്... ദിനപത്രങ്ങൾ, പുസ്തകങ്ങൾ, ആശംസാകാർഡുകൾ തുടങ്ങി കറൻസി നോട്ടുകൾ പോലും കടലാസാൽ നിർമ്മിതമാണ്. കാലത്തിന്റെ മുഖഛായ തന്നെ മാറ്റിക്കളഞ്ഞ ഈ കണ്ടെത്തലിന് 2000-ത്തോളം വർഷങ്ങളുടെ പഴക്കമുണ്ട്. എ.ഡി 105-ൽ സായ്ലുൻ എന്ന ചൈനക്കാരനാണ് പാഴ്വസ്തുക്കളെച്ചു നിർമ്മിച്ച പൾപ്പിൽ നിന്നും നാമിന്നു കാണുന്ന തരത്തിലുള്ള കടലാസിന്റെ പൂർവ്വ രൂപം ഉണ്ടാക്കിയത്. മരക്കഷണങ്ങളും പഴന്തൂണിയും പാത്രങ്ങളിൽ തിളപ്പിച്ച് അരച്ച് ദ്രാവകരൂപത്തിലാക്കി വലിയ പരന്ന അരിപ്പകളിലൊഴിച്ച് പിന്നീടവയെ വെയിലിൽ ഉണക്കി അടർത്തി മാറ്റിയായിരുന്നു അക്കാലത്തെ കടലാസ് നിർമ്മാണം. എന്നാൽ പേപ്പർ എന്ന പദം അതിനും വർഷങ്ങൾക്കു മുമ്പേ നിലവിലുണ്ടായിരുന്നു. സൈപ്രസ് പാപ്പിറസ് ചെടിയുടെ പൾപ്പിൽ നിന്നുണ്ടാക്കുന്ന കടലാസിനോടു സാദൃശ്യമുള്ള വസ്തുവായിരുന്നു പുരാതന ഈജിപ്തിലും മെഡിറ്ററേനിയൻ സംസ്കാരങ്ങളിലും എഴുതാനായി ഉപയോഗിച്ചിരുന്നത്. പാപ്പിറസിൽ നിന്നു രൂപപ്പെട്ടതിനാൽ അതിനെ പേപ്പർ എന്നു വിളിച്ചു.

സായ്ലുൻ കണ്ടെത്തിയ കടലാസ് അന്ന് ചൈനയിൽ സാധാരണമായിരുന്ന വെങ്കലക്കണ്ണാടികളുടെ തിളക്കം കാത്തു സൂക്ഷിക്കാനും അവയെ പോറലിൽ നിന്നു സംരക്ഷിക്കാനുമുള്ള കവചമായിട്ടായിരുന്നു ഉപയോഗിച്ചിരുന്നത്. എ.ഡി 610 -ൽ ജപ്പാൻകാർ കടലാസ് നിർമ്മാണ വിദ്യ ചൈനയിൽ നിന്നു സ്വായത്തമാക്കിയെങ്കിലും 12-ാം ശതകത്തിൽ അറബികളാണ് ഇതിന്റെ പ്രചാരം പടിഞ്ഞാറൻ നാടുകളിലേക്കെത്തിച്ചത്. ഇതോടെ കടലാസിന്റെ വ്യവസായ സാധ്യതകളിലേക്കുള്ള വാതായനങ്ങൾ തുറന്നു. പൾപ്പിൽ നിന്നു നാരുകളെ അരിച്ചെടുത്ത് പാളികളാക്കി ഉണക്കിയെടുക്കുന്ന അതേ രീതി തന്നെയാണ് ആധുനികകാല കടലാസ് നിർമ്മാണത്തിന്റെയും

അടിസ്ഥാനം. എന്നാൽ കാലാനുസൃതമായ സാങ്കേതിക വിദ്യകളിലൂടെ നിലവാരവും ഉൽപാദനവും ഉയർത്താൻ ഇന്ന് സാധിക്കുന്നു.

അച്ചടി കടലാസിൽ

പഴയകാലത്ത് ഒരു പുസ്തകത്തിന്റെ പകർപ്പ് നിർമ്മിക്കുക എന്നത് വളരെ ശ്രമകരമായിരുന്നു. ഓരോ പേജും പകർത്തിയെഴുതാൻ ധാരാളം സമയവും ആവശ്യമായി വന്നു, മാത്രമല്ല അങ്ങനെ നിർമ്മിക്കുന്ന പുസ്തകങ്ങൾക്ക് വലിയ വിലയും. അതിനാൽ സമൂഹത്തിലെ ഉയർന്ന സാമ്പത്തിക ശേഷിയുള്ളവർക്ക് മാത്രമേ ഇവ വാങ്ങാൻ സാധിക്കുമായിരുന്നുള്ളൂ. ഇതിനൊരു പരിഹാരമായി എ.ഡി -650 ൽ ടാങ് രാജവംശ ഭരണകാലത്ത് കടലാസ് പിറന്ന അതേ ചൈനയിൽ നിന്നു തന്നെ വുഡ് ബ്ലോക്ക് പ്രിന്റിംഗും ആരംഭിച്ചു. പേജിലെ അക്ഷരങ്ങൾ മരപ്പലകയിൽ കൊത്തി വച്ച് അത് മഷിയിൽ മുകി പേപ്പറിൽ അമർത്തിയായിരുന്നു അച്ചടി. അക്കാലത്തെ ബുദ്ധമത ഗ്രന്ഥങ്ങളും നിയമസംഹിതകളും അച്ചടിച്ചിരുന്നത് ഈ വിദ്യ ഉപയോഗിച്ചായിരുന്നു. എ.ഡി 1000-ത്തിൽ ചൈനയിൽ ആൽക്ലൈസ്റ്റായിരുന്ന പെ ഷെങ് കൂടുതൽ സൗകര്യപ്രദമായ അച്ചടി രീതി കണ്ടെത്തി. അദ്ദേഹം ചൈനീസ് ഭാഷയിലെ ഓരോ അക്ഷരങ്ങളും ഓരോ അച്ചുകളായിത്തീരിച്ചു. കളിമണ്ണിൽ തീർത്ത ഈ അച്ചുകൾ ചുട്ടെടുത്താണ് ഉപയോഗിച്ചിരുന്നത്. അക്ഷരങ്ങൾ ചേർത്തുവച്ച് വ്യത്യസ്തമായ വാക്കുകളും വാചകങ്ങളും സൃഷ്ടിച്ചെടുക്കാൻ ഇതു കൊണ്ട് സാധിച്ചു.

1430-ൽ ജർമ്മനിയിലെ ജോഹാനാസ് ഗുട്ടൻബർഗ്ഗാണ് ആദ്യമായി അച്ചടിയന്ത്രം കണ്ടെത്തിയത്. ഇതൊരു വിപ്ലവകരമായ തുടക്കമായിരുന്നു. ഇതോടെ കടലാസിന്റെ പ്രചാരവും കുത്തനെ ഉയർന്നു. പ്രിന്റിംഗ് ടെക്നോളജിയുടെ വികാസത്തോടൊപ്പം കടലാസിന്റെ വൻതോതിലുള്ള ഉൽപാദനവും അനിവാര്യമായിത്തീർന്നു. 1490-ൽ ഇംഗ്ലണ്ടിൽ ആദ്യത്തെ പേപ്പർ മിൽ സ്ഥാപിക്കപ്പെട്ടു. റീസൈക്കിൾ ചെയ്ത കോട്ടണം ലിനനും ഉപയോഗിച്ചായിരുന്നു ആദ്യകാല യൂറോപ്യൻ പത്രങ്ങൾ അച്ചടിച്ചിരുന്നത് കടലാസിന്റെ വ്യാപനത്തോടെ അവയെല്ലാം കടലാസിലേക്കു ചുവടു



പഴയ ചൈനീസ് ഗ്രന്ഥം



ആദ്യകാലത്തെ പേപ്പർ മിൽ

മാറ്റി. പിന്നീട് വന്ന വർഷങ്ങളിൽ കടലാസുൽപാദനരംഗത്ത് നൂതന കണ്ടുപിടുത്തങ്ങൾ നടന്നു. ഇരുണ്ടതും പരക്കുന്നുമായിരുന്ന കടലാസിനെ ബ്ലീച്ചിംഗ് പോലെയുള്ള രാസപ്രക്രിയകൾ വഴി മിനുത്തതും വെളുത്തതുമായി മാറ്റിയെടുക്കാൻ സാധിച്ചു. 18-ാം നൂറ്റാണ്ടിന്റെ അവസാന കാലത്ത് നിക്കോളാസ് ലൂയിസ് റോബർട്ട് ഒരു യന്ത്രം കണ്ടെത്തി. കടലാസ് നിർമ്മിച്ചു നീളത്തിൽ ചുറ്റിയെടുക്കാവുന്ന റോളറുകളോടു കൂടിയ ഒന്നായിരുന്നു അത്. അച്ചടിക്കു മാത്രമല്ല മറ്റു വിവിധ മേഖലകളിലും കടലാസിന്റെ ആവശ്യകതയുണ്ടാവുകയും വ്യത്യസ്ത തരത്തിലുള്ള കടലാസുകൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കപ്പെടുകയും ചെയ്തു.

കച്ചവടാടിസ്ഥാനത്തിൽ കടലാസ് നിർമ്മിക്കുന്നതിനായി കൃത്യമായ അളവുകൾ നിശ്ചയിച്ചിട്ടുണ്ട്. കോംബ്രിഡ്ജ് കമ്പ്യൂട്ടേഴ്സ് ലബോറട്ടറിയിലെ ലക്ചർ ആയിരുന്ന മാർക്കസ് ബുൻ ആണിത് നിജപ്പെടുത്തിയത്. ഇതനുസരിച്ച് പ്രധാനമായും കടലാസിനെ രണ്ടായി തരംതിരിക്കാം. അന്താരാഷ്ട്ര നിലവാരത്തിലുള്ളതും അമേരിക്കൻ നിലവാരത്തിലുള്ളതും. A0, A1, A2, A3, A4... എന്നിവ അന്താരാഷ്ട്ര നിലവാരത്തിലും ലെറ്റർ, ലീഗൽ, ലെഡ്ജർ, ടാബ്ലോയ്ഡ് എന്നിവ അമേരിക്കൻ നിലവാരത്തിലുംപെടുന്നു. ഐഎസ്ഒ 216 അനുസരിച്ചാണ് എ സീരീസ് പേപ്പറിന്റെ അളവുകൾ ക്രമപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത്. ഒരു A0 സൈസിലുള്ള (ഡബ്ബി) പേപ്പർ നാലായി മുറിച്ചാൽ അതിലൊരുഭാഗമാണ് A4 പേപ്പർ എന്ന് അറിയപ്പെടുന്നത്.

കടലാസിന്റെ അളവുകൾ

A0	-	841 MM X 1189 MM	A6	-	105 MM X 148 MM
A1	-	594 MM X 841 MM	A7	-	74 MM X 105 MM
A2	-	420 MM X 594 MM	A8	-	52 MM X 74 MM
A3	-	297 MM X 420 MM	LETTER	-	216 X 279 MM
A4	-	210 MM X 297 MM	LEGAL	-	216 X 356 MM
A5	-	148 MM X 210 MM	LEDGER	-	432 X 279 MM
			TABLOID	-	279 X 432 MM

കേരളകൗമുദി

നവോത്ഥാനത്തിന്റെ നിലാവ്

പരവൂർ കേശവനാശാന്റെ 'സുജനനന്ദിനിയും' അത് അച്ചടിച്ചുവന്ന പ്രസ്സും സവർണ്ണ സമുദായക്കാർ നശിപ്പിച്ച അക്കാലത്ത് അടിച്ചമർത്തലുകളിൽ നിന്നും തൊട്ടുകൂടായ്മ പോലെയുള്ള അനാചാരങ്ങളിൽ നിന്നും സ്വതന്ത്രരാകാനും അതിനെതിരെ പ്രക്ഷോഭിക്കാനും ജനങ്ങളെ കഴിവുറ്റവരാക്കുക അതോടൊപ്പം ശ്രീനാരായണ മൂല്യങ്ങളെ പ്രചരിപ്പിക്കുക എന്നതായിരുന്നു കേരളകൗമുദിയുടെ പ്രധാനലക്ഷ്യം.

63 രൂ നൂറ്റാണ്ടുമുമ്പ് നവോത്ഥാന മുന്നേറ്റങ്ങൾക്ക് ശക്തി പകർന്നുകൊണ്ട് നിലവിൽ വന്ന പത്രമാണ് കേരളകൗമുദി. സാമൂഹ്യപരിഷ്കർത്താവും ശ്രീനാരായണഗുരു ശിഷ്യനുമായിരുന്ന സി.വി കുഞ്ഞിരാമനും കെ. സുകുമാരൻ ബി.എ യും ചേർന്ന് 1911 ഫെബ്രുവരി ഒന്നിന് മയ്യനാട്ടു നിന്നാണ് പത്രത്തിന്റെ ആദ്യ പ്രസിദ്ധീകരണമാരംഭിച്ചത്. പിന്നീട് കൊല്ലത്തേയ്ക്കും തിരുവനന്തപുരത്തേയ്ക്കും മാറി. സർക്കാർ ഉദ്യോഗസ്ഥനായിരുന്നതിനാൽ കേരള കൗമുദിയുടെ പ്രതാധിപരായിരിക്കാൻ സി.വി കുഞ്ഞിരാമനു കഴിഞ്ഞില്ല. അതിനാൽ മുലൂർ പത്മനാഭപണിക്കരുടെ പേരാണ് ആദ്യപ്രതാധിപരായി കൊടുത്തത്. തുടക്കത്തിൽ ആഴ്ചപ്പതിപ്പായിരുന്ന കൗമുദി 1941 ൽ ദിനപത്രമായി മാറി. സുകുമാരൻ ബി.എ ആയിരുന്നു എഡിറ്റർ. പരവൂർ കേശവനാശാന്റെ 'സുജനനന്ദിനിയും' അത് അച്ചടിച്ചുവന്ന പ്രസ്സും സവർണ്ണ സമുദായക്കാർ നശിപ്പിച്ച അക്കാലത്ത് അടിച്ചമർത്തലുകളിൽ നിന്നും തൊട്ടുകൂടായ്മ പോലെയുള്ള അനാചാരങ്ങളിൽ നിന്നും സ്വതന്ത്രരാകാനും അതിനെതിരെ പ്രക്ഷോഭിക്കാനും ജനങ്ങളെ കഴിവുറ്റ

വരാക്കുക അതോടൊപ്പം ശ്രീനാരായണ മൂല്യങ്ങളെ പ്രചരിപ്പിക്കുക എന്നതായിരുന്നു കേരളകൗമുദിയുടെ പ്രധാനലക്ഷ്യം.

ഈ ൧൦൦ വ - ക്രിസ്ത്യൻ-മുസ്ലീം സമുദായങ്ങൾ സംയുക്തമായി ചേർന്ന് സമുദായപ്രതിനിധ്യത്തിനും തുല്യനീതിക്കുമായി ശബ്ദമുയർത്തിയത് നിവർത്തന പ്രക്ഷോഭത്തിലേക്ക് നയിച്ച കാലത്ത് ആ ബഹുജന മുന്നേറ്റത്തെ ശക്തമായി പിന്തുണച്ചുകൊണ്ട് പത്രം തന്റെ നിലപാട് വ്യക്തമാക്കി. സംയുക്ത പ്രക്ഷോഭത്തിന്റെ ഫലമായി നിലവിൽ



സ്വാതന്ത്ര്യ നാളിൽ കേരളകൗമുദി

വന്ന കേരള സ്റ്റേറ്റ് കോൺഗ്രസ്സിനും കൗമുദി അനുകൂലമായിരുന്നു. ഇതിനാൽ ഗവർണ്മെന്റിന്റെ ഇടപെടലുകൾ മൂലം പ്രസിദ്ധീകരണം പലതവണയും തടസ്സപ്പെടുകയുണ്ടായി. എന്നിരുന്നാലും കേരളകൗമുദിയുടെ മുന്നോട്ടുള്ള പ്രയാണത്തെ ഇല്ലാതാക്കാൻ എതിരാളികൾക്ക് സാധിച്ചില്ല. ഒരു ജാതി ഒരു മതം ഒരു ദൈവം മനുഷ്യന് എന്ന ഗുരുദേവ സന്ദേശമായിരുന്നു കേരളകൗമുദിയുടെ മുഖമുദ്ര. തിരുവിതാംകൂറിൽ ഒരു നവീനഭാഷാതരംഗത്തിനു തന്നെ കൗമുദി തുടക്കം കുറിച്ചു. ഗവർണ്മെന്റിന്റെയും സവർണ്ണസമുദായങ്ങളുടെയും എതിർപ്പിനെ അതിജീവിച്ച് വളർന്നു വന്ന ഈ പത്രം കേരളത്തിന്റെ സാമൂഹ്യ പരിഷ്കരണചരിത്രത്തിൽ സുപ്രധാന പങ്കാണ് വഹിച്ചത്. കോൺഗ്രസ്സിനെ പിന്തുണച്ച കാലത്തും ഇടതുപക്ഷ നേതാക്കൾമാരുടെ വാർത്തകളും പ്രസംഗങ്ങളും പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്നതിൽ കേരളകൗമുദി യാതൊരു വിമുഖതയും കാണിച്ചില്ല. തെരഞ്ഞെടുപ്പുകാലത്തു പോലും പത്രങ്ങൾ ഇടതു വാർത്തകൾ പ്രസിദ്ധീകരിക്കാതിരുന്ന അക്കാലത്ത് കൗമുദി ഒരു വേറിട്ട ശബ്ദമായി മാധ്യമ രംഗത്ത് നിലയുറപ്പിച്ചു.

1960 കളുടെ മധ്യഭാഗം കേരളത്തിലെ മാധ്യമരംഗത്ത് പുത്തൻ മാറ്റങ്ങളാണ് സൃഷ്ടിച്ചത്. രാഷ്ട്രീയവാർത്തകൾ വായനക്കാരിലേക്കെത്തിക്കാൻ പത്രങ്ങൾ ശ്രദ്ധ ചെലുത്തിയ കാലം. ഇതിനു തുടക്കം



മുലൂർ പത്മനാഭ പണിക്കർ

കുറിച്ചതും കേരളകൗമുദിയാണ്. 1964 ൽ കേരളത്തിന്റെ മൂന്നാമത്തെ ഗവർണ്മെന്റ് മുഖ്യമന്ത്രിയായിരുന്ന ശങ്കർ രാജി വച്ചതോടുകൂടി പിരിച്ചുവിടപ്പെട്ടു. തുടർന്നു വന്ന വർഷങ്ങളിൽ കോൺഗ്രസ്സ്-കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് പാർട്ടികളിൽ പിളർപ്പുകൾ രൂപപ്പെടുകയും പിന്നീട് നടന്ന തെരഞ്ഞെടുപ്പിൽ ഇരു പാർട്ടികൾക്കും മതിയായ സീറ്റുകൾ ലഭിക്കാതെ വന്നതുമൂലം കേരളം രാഷ്ട്രപതി ഭരണത്തിൻ കീഴിലാകുകയും ചെയ്തു. ഈ പ്രത്യേക സാഹചര്യത്തിൽ കേരളത്തിലെ ജനങ്ങൾ രാഷ്ട്രീയത്തെക്കുറിച്ച് മറന്ന മട്ടായി.

അടുത്ത തെരഞ്ഞെടുപ്പിൽ ഇ.എം.എസ്സ് മുഖ്യമന്ത്രിയായ കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് മന്ത്രിസഭ അധികാരത്തിലേറിയതോടു കൂടി രാഷ്ട്രീയവാർത്തകൾ വായനക്കാരിലേക്കെത്തിക്കുവാൻ കേരളകൗമുദി മാർഗ്ഗങ്ങളാലോചിച്ചു. എഡിറ്റർ ഇൻ ചീഫ് ആയിരുന്ന എം. എസ്സ് മണി അസംബ്ളി റിപ്പോർട്ടിങ്ങിനെക്കുറിച്ച് ഒരു കാഴ്ചപ്പാടുണ്ടാക്കിയെടുക്കുകയും നിയമ സഭാ പ്രവർത്തനങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള അവബോധം ജനങ്ങളിലേക്കെത്തിക്കാൻ ഒരോ മീറ്റിങ്ങിലേയും ചോദ്യോത്തര വേളയ്ക്കായി എട്ട് കോളം മാറ്റിവയ്ക്കുകയും ചെയ്തു. ഇതിനു വേണ്ടി പ്രവർത്തിച്ചത് കെ. ജി പരമേശ്വരൻ നായർ എന്ന റിപ്പോർട്ടറായിരുന്നു. ഈ പുതിയ മാറ്റം കേരളകൗമുദിയുടെ വായനക്കാരുടെ എണ്ണം കുത്തനെ വർദ്ധിപ്പിച്ചു. ഒറ്റയടിക്ക് 15000 കോപ്പികളാണ് വർദ്ധിച്ചത്. മറ്റു പത്രങ്ങളും ഈ പാത പിൻപറ്റി. എന്നാൽ അത് വ്യത്യസ്ത ശൈലിയിലായിരുന്നു എന്ന് മാത്രം.

കാലാനുസൃതമായ മാറ്റങ്ങളെ ഉൾക്കൊണ്ട് വളർന്നു വന്ന കേരളകൗമുദി ഇന്ന് കേരളത്തിൽ തിരുവനന്തപുരം, കൊല്ലം, ആലപ്പുഴ, കോട്ടയം, തൃശ്ശൂർ, കോഴിക്കോട്, കണ്ണൂർ എന്നിവിടങ്ങളിൽ നിന്നും ബംഗളൂരുവിൽ നിന്നും പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്നു. ചീഫ് എഡിറ്റർ എം എസ്സ് രവിയാണ്. 'കൗമുദി ഫോണ്ടാ'ണ് പത്രത്തിനായുപയോഗിക്കുന്നത്.

ഇന്ത്യയിലാദ്യമായി അച്ചടി പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിലുൾപ്പെടെ യൂണികോഡ് നടപ്പാക്കിയ ഏകപത്രം എന്ന ബഹുമതിയും കേരളകൗമുദിക്ക് സ്വന്തമാണ്. കൗമുദി ഓൺലൈൻ (ഇംഗ്ലീഷ്), കേരള കൗമുദി ഓൺലൈൻ (മലയാളം) എന്നിങ്ങനെ ഓൺലൈൻ എഡിഷനുകളും ലഭ്യമാണ്. 2011 ഫെബ്രുവരി 1 ന് 100-ാം വാർഷികം ആഘോഷിച്ച കൗമുദി 2012 പകുതിയോടെ ഫ്ളാഷ് മൂവീസ് എന്ന സിനിമ മാഗസിൻ പുറത്തിറക്കി. 2013 മെയ് 5ന് കൗമുദി ടെലിവിഷനും സംപ്രേഷണം ആരംഭിച്ചു. ഫ്ളാഷ്, കേരളകൗമുദി ആഴ്ചപ്പതിപ്പ്, മാജിക് സ്റ്റേറ്റ്, എന്നിവയാണ് മറ്റു പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ.

യുവർ കൺഡ്രി നീഡ്സ് യു

ലോക പ്രസിദ്ധമായ ബ്രിട്ടീഷ് ആർമി പോസ്റ്ററാണ് യുവർ കൺഡ്രി നീഡ്സ് യു. ബ്രിട്ടീഷ് സൈന്യത്തിലെ ഫീൽഡ് മാർഷൽ ആയിരുന്ന ലോർഡ് കിപ്നറുടെ ചിത്രമായിരുന്നു പോസ്റ്ററിൽ ഉൾപ്പെടുത്തിയിരുന്നത്. ആൽഫ്രഡ് ലീറ്റ് 1944 ൽ ഡിസൈൻ ചെയ്ത പരസ്യത്തിനു മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തിയാണ് ഈ പോസ്റ്റർ നിർമ്മിച്ചത്. 1914 സെപ്റ്റംബർ 5 ന് ലണ്ടൻ ഒപ്പീനിയനിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച ഈ പോസ്റ്റർ വലിയൊരു തരംഗമായി മാറുകയും ധാരാളം ചെറുപ്പക്കാർ ബ്രിട്ടീഷ് സൈന്യത്തിന്റെ ഭാഗമായിത്തീരുകയും ചെയ്തു.

കിപ്നർ ഏറ്റവും കൂടുതൽ അറിയപ്പെട്ടതും ഈ പോസ്റ്ററിന്റെ പേരിലാണ്. ഈ വിജയത്തിൽ നിന്നു പ്രചോദനമുൾക്കൊണ്ട് പിന്നീട് അമേരിക്കയുടെ അങ്കിൾ സാം പിറന്നു. ഐ വാൺഡ് യു ഫോർ ദ യു.എസ്സ് ആർമി എന്നായിരുന്നു പരസ്യ വാചകം. ഒന്നും രണ്ടും ലോക മഹായുദ്ധങ്ങളിൽ ഈ പോസ്റ്റർ അമേരിക്ക ഉപയോഗിച്ചു.

കൂടുതൽ സ്ഥാർത്ഥമാകുന്ന സ്ഥാർത്ഥ ഫോണുകൾ

പുതിയ കണ്ടുപിടുത്തങ്ങളോടൊപ്പം പുതിയ ഉല്പന്നങ്ങളും ദിനം പ്രതി ഉണ്ടാകുന്നു. ഈ മാറ്റം ഏറ്റവും കൂടുതൽ പ്രകടമാകുന്ന മേഖലയാണ് സ്ഥാർത്ഥ ഫോണുകളുടേത്. ഏറ്റവും പുതിയതായി വിപണിയിലെത്തുന്ന ഏതാനും മോഡലുകളെ പരിചയപ്പെടുത്തുകയാണ് ഇവിടെ.



Sony Xperia M4 Aqua

സോണി എക്സ്പീരിയയുടെ പുതിയ മോഡൽ സ്ഥാർത്ഥഫോൺ വിപണി കീഴടക്കാൻ എത്തുകയാണ്. സിങ്കിൾ സിം മാത്രമുപയോഗിക്കാവുന്ന Xperia M4 Aqua യുടെ ഇന്റേണൽ മെമ്മറി 16 ജി.ബിയാണ് ഇത് 32 ജി.ബി വരെ ഉയർത്താവുന്നതാണ്. 5.0 inch screen, Android v 5.0 Lollipop, 1.5 GHz Quad Core, 2 G. B RAM, 13 M.P Main camera, 5 MP Front camera, Non removable Li-ion 2400 mAH battery എന്നിവയാണ് പുതിയ മോഡലിന്റെ പ്രത്യേകതകൾ. വാട്ടർ റെസിസ്റ്റൻസിയുള്ള ലൈറ്റ് വെയ്റ്റായ എക്സ്പീരിയ ബ്ലാക്ക്, പിങ്ക്, വൈറ്റ് എന്നീ നിറങ്ങളിൽ ലഭ്യമാകും. Xperia M4 Aqua യുടെ വില 20,000 ത്തിന് മുകളിലായിരിക്കുമെന്നാണ് പ്രതീക്ഷിക്കുന്നത്.

LG Spirit

സ്ഥാർത്ഥഫോൺ രംഗത്തെ മത്സരങ്ങൾക്കു ആവേശം കൂട്ടാൻ എൽ.ജി തയ്യാറെടുക്കുകയാണ്. LG Spirit എന്ന പുതിയ മോഡലുമായിട്ടാണ് കമ്പനി ഇത്തവണ എത്തുന്നത്. അല്പം വളഞ്ഞ ആകൃതിയിലുള്ള ഫോണാണ് കമ്പനി ഇത്തവണ പുറത്തിറക്കിയിരിക്കുന്നത്. സാധാരണക്കാർക്ക് കൈയ്യിലൊതുങ്ങുന്ന തരത്തിലാണ് പുതിയ മോഡലിന്റെ വില നിശ്ചയിച്ചിരിക്കുന്നത്. 4.7 display, Android Lollipop OS, 1.3 GHz Quad Core Processor, 1GB RAM, 2100 mAH battery, 8 MP Main camera, 1MP front camera, 8GB internal memory expandable to 32 GB എന്നിവയാണ് LG Spirit ന്റെ പ്രത്യേകതകൾ. 14,250 രൂപയാണ് ഈ മോഡലിന്റെ വില.



Black Berry Leap

ബ്ലാക്ക്ബെറി ലവ്വേഴ്സിനെ തേടി ബ്ലാക്ക്ബെറിയുടെ പുതിയ മോഡൽ എത്തുന്നു Black Berry Leap. Dual core 1.5 GHz Krait, 5.0 inch capacity touch screen, 16M colour, 2GB RAM, 8 MP main camera with LED flash, 2 MP front camera, non removable Li-ion 2800 mAH battery, 16 GB memory expandable up to 128 GB എന്നിവയാണ് ബ്ലാക്ക്ബെറിയുടെ പുതിയ മോഡലിന്റെ സവിശേഷതകൾ. അടുത്തുതന്നെ Black Berry Leap പുറത്തിറങ്ങുമെന്നാണ് കണക്കാക്കുന്നത്. 20,000 - ൽ താഴെയാണ് വില പ്രതീക്ഷിക്കുന്നത്.



BUY ONLINE
www.qrs.in



Since 1947

QRS

Satisfaction Guaranteed

98475 38317, 96455 52207

Aspiring to become an IAS / IPS?

Do you have the traits of leadership, aptitude, perseverance, tenacity, commitment, integrity, Mental alertness and stamina? You can make it up the civil services career!



Dr. T P Sasikumar

M.Sc., M.Phil., Ph.D., LLB., MBA., M.S.,

Chairman, Shiksha, Hyderabad

Founder Director Destination IAS with Inspire Learning

Destination IAS

Civil Services Foundation Course
for Class 6th, 7th, 8th, 9th, 10th & 11th

THE **BEST** ever
Foundation
Coaching in
CIVIL
services

HELEN O' GRADY*

Program Objectives

- * Communication
- * Critical Thinking
- * Speaking Skills
- * Creativity
- * Collaboration
- * English Language Proficiency



We'll bring out the star in you!

Age Group
5 - 18 Yrs



* available at selected centres only

Residential School Programs

School + JEE Advanced / MBBS
Entrance Coaching
for **Class XI & XII**

Aravindha Vidyamandhir, Pallikathodu, Kottayam
St. Jude Global School, Puthupally, Kottayam.
Mar Dionysius School, Mallapally.
The Greenhills Public School, Sulthan Bathery.
Ideal English School, Kuttippuram.

Admissions Commences in January 2015



Inspire Learning Classrooms

Cochin : 39/4822, Saradha Math Lane, M.G. Road, Ravipuram, Ernakulam - 686 016. Tel: 0484 - 4028773, 4028779
Alappuzha : North of Iron Bridge, Above Dental Polyclinic, Alappuzha - 688 011. Tel: 0477 - 2238899
Kottayam : South Manorama, Erayilkadavu Road, Kottayam - 686 001. Tel: 0481 - 2584152, 2585152
Kannur : Ambadimukku, North of SN Vidyamandhir, Talap, Kannur. Pin 670 004. Tel: 0497 3103399, 2713399.
Palakkad : 1st Floor, Century Plaza, Moyans School Jn., V.H. Road, Tharekkad, Palakkad - 678 001. Tel: 0491 - 2523789

Classroom also at:

Chennai - Tel: 90430 77799, **Coimbatore** - Tel: 0422 - 2242999, 2243999, **Salem** - Tel: 0427 - 2335499
Tiruppur - Tel: 98431 28914, **Theni** - Tel: 97873 68934, **Vellore** - Tel: 94433 42145



യൂസഫലി കേച്ചേരി

മലയാളത്തിന്റെ മാധുര്യം തൂലികയിൽ നിറച്ച് അനേകം ഗാനങ്ങൾ സമ്മാനിച്ച യൂസഫലി കേച്ചേരി ഓർമ്മയായി. കഴിഞ്ഞ മാർച്ച് 21 നാണ് കലാകേരളത്തോട് അദ്ദേഹം വിടപറഞ്ഞു പോയത്. ആധുനിക മലയാളകാവ്യ രംഗത്തെ മഹാനാരായ കവികളിലൊരാളാണ് യൂസഫലി കേച്ചേരി. ചലച്ചിത്ര ഗാനരചയിതാവ്, സിനിമാ നിർമ്മാതാവ്, സംവിധായകൻ എന്നീ നിലകളിലും പ്രസിദ്ധനായ അദ്ദേഹത്തിന്റെ കവിതകൾ ഭക്തിരസ പ്രധാനങ്ങളാണ്. 1934 ൽ തൃശ്ശൂർ ജില്ലയിലെ കേച്ചേരിയിലാണ് യൂസഫലി ജനിച്ചത്. 1952 മുതൽ കാവ്യരചന ആരംഭിച്ചു. ആനുകാലികങ്ങളിലായി ധാരാളം കവിതകൾ പ്രസിദ്ധപ്പെടുത്തി. സംസ്കൃത പദങ്ങളുടെ പ്രൗഢിയും മലയാളത്തിന്റെ മാധുര്യവും ഒന്നിച്ചു വിളങ്ങുന്ന യൂസഫലി കവിതകൾ മലയാള സാഹിത്യത്തിൽ ഒരു നവീന തരംഗമായി മാറി. 1952-ൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച സൈനബ എന്ന ഖണ്ഡ കാവ്യം ഏറെ ജനശ്രദ്ധ ആർജ്ജിച്ചു. ആയിരം നാവുള്ള മൗനം, കേച്ചേരിപ്പുഴ, രാഘവീയം, നാദബ്രഹ്മം, സൂര്യഗർഭം, അഞ്ചു കന്യകകൾ, ഓർമ്മയ്ക്കു താലോലിക്കാൻ, സിന്ദൂരച്ചെപ്പ് (തിരക്കഥ), കേച്ചേരിപ്പാട്ടുകൾ എന്നിവയാണ് പ്രധാന കൃതികൾ സിന്ദൂരച്ചെപ്പ്, മരം, വനദേവത, നീലത്താമര എന്നീ നാലു ചിത്രങ്ങളുടെ നിർമ്മാണവും ഇതിൽ സിന്ദൂരച്ചെപ്പൊഴിച്ചുള്ള മൂന്നു ചിത്രങ്ങളുടെയും സംഗീതവും നിർവഹിച്ചത് അദ്ദേഹമാണ്. മരം, സിന്ദൂരച്ചെപ്പ് എന്നീ ചിത്രങ്ങൾക്കു സംസ്ഥാന അവാർഡും ഗാന രചനയ്ക്കു സംസ്ഥാന-ദേശീയ അവാർഡുകളും ലഭിച്ചു. 2000 ൽ മഴ എന്ന ചിത്രത്തിലെ ഗാനങ്ങൾക്ക് ദേശീയ പുരസ്കാരവും അദ്ദേഹത്തെ തേടിയെത്തി. കേരള സാഹിത്യ അക്കാദമി അവാർഡ്, വള്ളത്തോൾ പുരസ്കാരം, ഓടക്കുഴൽ അവാർഡ് എന്നിങ്ങനെ ധാരാളം പുരസ്കാരങ്ങൾ അദ്ദേഹത്തിനു ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്.



യൂസഫലി കേച്ചേരി

പ്രതികരണങ്ങൾ

അപ്രതീക്ഷിതം

മലയാളത്തിൽ നിന്നും ഇങ്ങനെയൊരു മാസിക പ്രതീക്ഷിച്ചില്ല. ഇതു വളരെ മുമ്പേ ഉണ്ടാകേണ്ടതായിരുന്നു. എങ്കിലും Late is better than never എന്നാണല്ലോ. ആഡ്കോമിന്റെ അണിയറ ശില്പികൾക്ക് ആശംസകൾ. കൂടുതൽ മെച്ചപ്പെട്ട വിവേങ്ങളുമായി വരും ലക്കങ്ങൾ ഒരുങ്ങട്ടെ; കാത്തിരിക്കുന്നു.

സുഭാഷ്, കൊച്ചി

പ്രചോദനം

അഡർടെസിംഗ് പ്രൊഫഷണലുകൾക്ക് പ്രചോദനവും വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് വഴികാട്ടിയുമാകുന്നു ആഡ്കോം. പരസ്യകലയിൽ താൽപര്യമുള്ള ആർക്കും ഇതു പ്രയോജനപ്പെടും. പരസ്യ ലോകത്തെ പുതിയ പ്രവണതകളെ വിശകലനം ചെയ്യുന്നത് നന്നായിരിക്കും.

മനോജ്, മാവേലിക്കര

ആശംസകൾ

ആഡ്കോം ആദ്യമായിക്കെയ്യിൽ കിട്ടിയപ്പോൾ വളരെക്കാലമായി കാത്തിരുന്ന എന്തോ ഒന്ന് കെയ്യിൽ കിട്ടിയ പ്രതിതിയായിരുന്നു. ഇതിന് മുൻകൈയെടുത്ത എല്ലാ സുമനസ്സുകൾക്കും നന്ദി രേഖപ്പെടുത്തുന്നു.

രാജീവ്, കോഴിക്കോട്

AVYUKTH

Model Code : 04/2015

Model Co-ordinator : Mirrior Modeling, Kochi



Want to be a Model in Advertising ?

മോഡലിംഗ് രംഗത്തേക്ക് കടക്കുവാൻ താൽപര്യമുള്ളവർ ഫോട്ടോയും ബയോഡേറ്റയും അയയ്ക്കുക. effectiveadcom@gmail.com, Ph: 08593 998705

ILJIYA

Model Code : 05/2015

Model Co-ordinator : Mirrior Modeling, Kochi



Slogans beyond words!

Let me warn you. Not all slogans are meant to be shouted.

Sure, political and social slogans are to be delivered at the top of your pitch with a threatening thrust of the fist. But we don't see anybody bawling 'An idea can change your life' on the streets! Not even the most loyal Idea customers or employees are expected to do that. Advertising slogans take a different approach to being heard. Maybe that's why the ad world has different words to describe the magic spell: Tagline, Strapline, Catchphrase...

Why then, you'd wonder, some advertisers flaunt their slogans as if they are god-given golden lines. We're all familiar with a waxen face bleating a boastful slogan from every TV screen it could get in. Well, the slogan has been pumped into our ears for over 15 years, but how many of us buy into it? More than the monotone babble, what irritates the audience is the slogan itself. The very wording. What it means. And doesn't.

'Trusted by crores of people' sounds like a simple, harmless slogan. It's meant to mean that the brand in question is trusted by crores. Fair enough. But if you scrutinize the statement calibrating it with the nature of the brand and its market, you'd find that it means nothing. Let me be clear. The brand is a chain of jewelry shops. The market is predominantly Kerala followed by a few Gulf countries. The consumers are invariably adult females. Now let's do the math. For the statement to be true, the brand should at least be trusted by 2 crore, which is 20 million, customers. That's more than half of the entire population of Kerala which stands below 35 million! Don't forget that there are dozens of other jewelry shops too, all claiming a certain market share. If we were to believe the statement under scrutiny, we'd also have to believe that all these other shops are out of business and 65% of Malayalees - men, women and children - are either shopping at this 'trusted' jewelry or dreaming about it! None of us are naive to believe so.

the other truth

So Mie is a copywriter currently working at an advertising agency in UAE. His career spans over 25 years with stints at industry leading creative houses in Kerala and numerous campaigns. He also used to engage students in advertising at the School of Communications, Mahatma Gandhi University.



So Mie



Some of you might think this is too much, it's just a slogan, and we needn't take it literally. Well, slogans can be figurative. But this one is about figures and trust. And if you can't trust their claim about figures, how can you trust the brand? Lies and boasts don't make great slogans.

Well, what then is the mark of a great slogan? It's a bit hard to explain, like creativity. I'd say a slogan should be an idea. It should be easy on the tongue. Rhyme? Rhythm? Alliteration? Pun? Throw in some if it is fresh. But within those well thought words should be a well wrought thought. Customers should be able to share that thought and build on it. It may or may not say something about the brand. It can be a general statement, a promise, a vision, a challenge. But it must never be a cliché.

No doubt, a great slogan can give wings to a brand. But that doesn't mean that a great slogan can save a brand if it flies into trouble. Otherwise, BlackBerry wouldn't have been buried like this! And Kingfisher would have still been flying the good times!

Still, brands need slogans. So next time you craft a slogan, remember that words only form its body and there should be a soul within that body. And that the soul should not only be able to speak to the customers but transmigrate into their minds and become their slogan!

New Honda Marvels
are waiting for you.
Come... Test Drive... Enjoy...



Price starts @ 7.03 lakhs



Price starts @ 4.36 lakhs*



Price starts @ 5.46 lakhs*



Price starts @ 7.64 lakhs*

▪ Exchange Facility ▪ Attractive Finance Schemes

Sales Helpline :
98477 34444

Vision Honda

**SUNDAY
OPEN**

Nattakom, Kottayam. Ph: 0481 2361149 - 52, 9747212272

Thodupuzha Mob: 9747212272, Kayamkulam Mob: 9526051185, Alappuzha mob: 9747212274

www.visionhonda.com

OPERATIONAL PARTNERSHIP



*An accomplishing act for the performing partners.
Fundamental science for an observing physicist. Remove one apple
and the other apple will fall. Pull back one head a little, both apples will fall.
The right coordination of mind, body, energy and mass is required for
the magic to work in this resultant relationship.*

Because business is concomitant

As a trusted partner to producers and purchasers alike, Ceyenar establishes resultant relationships with the select few. Which is why our partners on either end become active and essential participants in a coordinated act. We understand the quality and quantity of input expected of each other in relation to the expected outcome and work towards achieving it. With over 440 key products and more than 2000 clients in diverse industries, our partnership principle makes us the number one in the marketplace.

Corporate Office: P O Box 233 Annankunnu Road Kottayam Kerala India T: +91 481 2304461 E: rubchem@ceyenar.com W: www.ceyenar.com
Branches: CHENNAI MADURAI KOLKATA COCHIN TRICHUR CALICUT KOTTAYAM



CEYENAR
powering the way
RUBBER | PLASTIC | COATING